



## Экономический и Социальный

Distr.  
LIMITED

E/ICEF/1996/AB/L.12  
23 April 1996  
RUSSIAN  
ORIGINAL: ENGLISH

ДЕТСКИЙ ФОНД ОРГАНИЗАЦИИ  
ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ

для

Исполнительный совет

Ежегодная сессия 1996 года

17-21 июня 1996 года

Пункт \_\_\_\_ предварительной повестки дня\*

### ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫЕ ОТКРЫТКИ И СВЯЗАННЫЕ С НИМИ ОПЕРАЦИИ

Финансовый отчет и счета за год, закончившийся 30 апреля 1995 года

#### РЕЗЮМЕ

В настоящем документе изложены результаты деятельности Отдела поздравительных открыток и связанных с ними операций ЮНИСЕФ (ОПО) за год, закончившийся 30 апреля 1995 года.

В документе содержится отчет о двух приносящих доход видах деятельности ОПО с их раздельной разбивкой в ведомости I.

Чистые оперативные доходы от продажи поздравительных открыток ЮНИСЕФ и другой продукции составили 64,0 млн. долл. США, при этом прибыль от валовой выручки составила 41,7 процента, или увеличение по сравнению с 1993 годом на 0,6 млн. долл. США (1 процент). В 1994 году было продано 158 млн. открыток, или на 4 млн. штук (2,6 процента) больше, чем в 1993 году. Валовая выручка увеличилась на 15,5 млн. долл. США (11,2 процента) со 138,1 млн. долл. США в 1993 году до 153,6 млн. долл. США в 1994 году.

Чистые оперативные доходы, полученные в результате деятельности по мобилизации средств в частном секторе, составили 78,9 млн. долл. США, что на 25,0 млн. долл. США (46,3 процента) больше по сравнению с 1993 годом. С учетом этого увеличения чистых оперативных доходов, полученных в результате деятельности

\* E/ICEF/1996/13.

по мобилизации средств в частном секторе, а также с учетом других расходов в размере 2,3 млн. долл. США на цели осуществления Программы совершенствования маркетинга, 4,8 млн. долл. США на цели Программы совершенствования деятельности по сбору средств, 0,1 млн. долл. США на цели проведения выставок и 1,2 млн. долл. США на цели осуществления Программы развития для национальных комитетов стран Центральной и Восточной Европы, в 1994 году ОПО достиг рекордного показателя совокупного объема чистых оперативных доходов, составившего 134,5 млн. долл. США, что на 25,3 млн. долл. США, или на 23,1 процента, больше, чем в 1993 году.

С учетом положительных поправок на колебания валютных курсов (10,1 млн. долл. США) и отрицательных корректировок за предыдущие годы (0,6 млн. долл. США) чистый совокупный доход ОПО в 1994 году составил 144,0 млн. долл. США, что на 44,6 млн. долл. США (или на 44,9 процента) больше, чем в 1993 году. Кроме того, 118,0 млн. долл. США (в 1993 году - 40,5 млн. долл. США) были получены в результате деятельности по сбору средств в частном секторе; эти средства были предоставлены партнерами для выделения на проекты, осуществляемые за счет дополнительного финансирования.

Доклад о деятельности по продаже открыток и другой продукции по странам за пятилетний период 1990-1994 годов с подробным анализом деятельности в 1994 году содержится в приложении I. Кроме того, анализ чистых доходов по странам, полученных в результате деятельности по сбору средств в частном секторе, приведен в приложении II.

## СОДЕРЖАНИЕ

	<u>Пункты</u>	<u>Стр.</u>
ПРЕДИСЛОВИЕ . . . . .	4	
I. ФИНАНСОВЫЙ ОТЧЕТ ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 30 АПРЕЛЯ 1995 ГОДА . . . . .	1 - 49	5
A. Анализ результатов . . . . .	1 - 5	5
B. Финансовые ведомости за год, закончившийся 30 апреля 1995 года . . . . .	6	5
Ведомость I. Ведомость доходов и расходов за год, закончившийся 30 апреля 1995 года . . . . .	6	6
Ведомость Ia. Пересмотренная ведомость доходов и расходов (по приносящим доходы видам деятельности) за год, закончившийся 30 апреля 1995 года . . . . .	7	7
Ведомость II. Ведомость активов, пассивов и остатка средств по состоянию на 30 апреля 1995 года . . . . .	8	8
Ведомость III. Сопоставление фактических результатов за год, закончившийся 30 апреля 1995 года, с утвержденным бюджетом . . . . .	9	9
C. Примечания к финансовым ведомостям . . . . .	7 - 49	10

## Приложения

I. ДОКЛАД О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СТРАНАМ, СВЯЗАННОЙ С ПРОДАЖЕЙ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК И ДРУГОЙ ПРОДУКЦИИ . . . . .	22
Таблица 1. Количество проданных открыток и валовые поступления от сбыта всей продукции с разбивкой по регионам и основным рынкам в 1994 году по сравнению с 1993 годом . . . . .	31
Таблица 2. Результаты деятельности по странам в 1990-1994 годах . . . . .	34
II. ЧИСТЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ ОТ СБОРА СРЕДСТВ В ЧАСТНОМ СЕКТОРЕ В 1994 ГОДУ ПО СРАВНЕНИЮ С 1993 ГОДОМ . . . . .	37

## ПРЕДИСЛОВИЕ

С удовлетворением сообщаю, что в 1994 году Отдел поздравительных открыток и связанных с ними операций (ОПО) добился рекордного показателя чистого вклада в размере 144,0 млн. долл. США в общие ресурсы ЮНИСЕФ и объема продаж на уровне 158 млн. открыток.

Этим успехом ЮНИСЕФ обязан работе сотен тысяч людей во всем мире. Мы выражаем глубокую признательность национальным комитетам содействия ЮНИСЕФ и другим сотрудничающим группам, чей персонал и добровольцы участвовали в продаже открыток и другой продукции ЮНИСЕФ; сотням художников, музеев и коллекционеров, чьи произведения искусства были безвозмездно предоставлены для выпуска поздравительных открыток; и миллионам людей, которые приобрели открытки ЮНИСЕФ и другую продукцию и не пожалели своего времени и средств ради целей ЮНИСЕФ в этом году. Также важно отметить, что вышеупомянутые достижения оказались возможными благодаря успешным усилиям по сбору средств национальных комитетов содействия ЮНИСЕФ и отделений ЮНИСЕФ на местах, а также личному вкладу миллионов людей во всем мире.

(Подпись)

Кэрол БЕЛЛАМИ  
Директор-исполнитель

## I. ФИНАНСОВЫЙ ОТЧЕТ ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 30 АПРЕЛЯ 1995 ГОДА

### A. Анализ результатов

1. Совокупный чистый объем отчислений в общие ресурсы ЮНИСЕФ в результате осуществления мероприятий ОПО составил 144,0 млн. долл. США. Такой показатель по сравнению с 99,4 млн. долл. США в 1993 году представляет собой заметное увеличение в размере 44,6 млн. долл. США (44,9 процента). Этот вклад в общие ресурсы ЮНИСЕФ в размере 144,0 млн. долл. США включает в себя чистые оперативные доходы от продажи поздравительных открыток и другой продукции ЮНИСЕФ в размере 64,0 млн. долл. США; чистые оперативные доходы от деятельности по сбору средств в частном секторе в размере 78,9 млн. долл. США; и другие выплаты и корректировки. К числу этих других выплат и корректировок относятся расходы на осуществление Программы совершенствования маркетинга (ПСМ) (2,3 млн. долл. США), Программы совершенствования деятельности по сбору средств (ПСДС) (4,8 млн. долл. США), Программы развития национальных комитетов в Центральной и Восточной Европе (1,2 млн. долл. США), расходы на проведение экспозиций (0,1 млн. долл. США), поправки на благоприятные колебания валютных курсов (10,1 млн. долл. США) и коррективы за предыдущие годы (0,6 млн. долл. США).

2. Всего в 1994 году было продано 158 млн. открыток, что на 4 млн. штук (2,6 процента) больше, чем в 1993 году. Это увеличение объема продаж сопровождалось увеличением общего объема поступлений на 11,2 процента со 138,1 млн. долл. США в 1993 году до 153,6 млн. долл. США в 1994 году.

3. Чистые оперативные поступления от продажи поздравительных открыток и другой продукции в 1994 году составили 64,0 млн. долл. США (прибыль в размере 41,7 процента от общего объема поступлений), что на 0,6 млн. долл. США (1,0 процент) больше по сравнению с 1993 годом.

4. Чистые оперативные доходы от деятельности по сбору средств в частном секторе, связанные с общими ресурсами, возросли с 54,0 млн. долл. США в 1993 году до 78,9 млн. долл. США в 1994 году, что составило увеличение на 25,0 млн. долл. США (46,3 процента). Кроме того, в результате деятельности по сбору средств в частном секторе было мобилизовано 118,0 млн. долл. США (40,5 млн. долл. США в 1993 году), которые были предоставлены партнерами для выделения на проекты, осуществляемые за счет дополнительного финансирования.

5. Более подробные пояснения содержатся в примечаниях к финансовым ведомостям (см. пункты 7-49 ниже) и в пятилетнем обзоре (1990-1994 годы) деятельности по продаже поздравительных открыток и другой продукции ЮНИСЕФ с разбивкой по странам, приведенном в таблице 2 приложения I.

### B. Финансовые ведомости за год, закончившийся 30 апреля 1995 года

6. Ниже приводятся три финансовые ведомости, дополненные примечаниями к финансовым ведомостям, в том числе кратким изложением основных принципов бухгалтерского учета (пункты 8-16), которые являются составной частью финансового отчета. Кроме того, в соответствии с просьбой Исполнительного совета (E/ICEF/1995/9/Rev.1, решение 1995/20) в ведомости Ia содержится пересмотренная ведомость доходов и расходов (по приносящим доход видам деятельности) за год, закончившийся 30 апреля 1995 года.

#### **ВЕДОМОСТЬ I**

**Ведомость доходов и расходов за год, закончившийся 30 апреля 1995 года  
(в тысячах долларов США)**

Приме- чание	Сезон 1994 года 30 апреля 1995 года		Сезон 1993 года <u>a/</u> 1 мая 1993 года- 30 апреля 1994 года		Увеличение(уменьшение) Разница
	в про- центах	100,0	в про- центах	100,0	
Валовая выручка - продукция ОПО	3	153 618	138 093	100,0	15 525 11,2
Минус: Комиссионные партнерам и непосредственные расходы в отделениях на местах	4	38 922	33 922	24,6	5 000 14,7
Объем чистой выручки					
Минус: Стоимость поставленных товаров	5	114 696	104 171	75,4	10 525 10,1
Общий объем оперативных расходов					
Минус: Резерв на покрытие невзысканной дебиторской задолженности	6	80 272	75 169	54,4	5 103 6,8
Плюс: Прочие поступления					
Чистые оперативные доходы - продукция ОПО	7	22 609	19 222	13,9	3 387 17,6
Чистые оперативные доходы - сбор средств в частном секторе <u>b/</u>					
Минус: Прочие расходы	8	1 344	0,9	21	0,0
Программа совершенствования маркетинга					
Программа совершенствования деятельности по сбору средств	9	56 319	55 926	40,5	393 0,7
Экспозиции					
Программа развития для национальных комитетов в странах Центральной и Восточной Европы	10	7 675	5,0	7 459	5,4 2,9
Совокупные чистые оперативные доходы					
Минус: Поправки на колебание валютных курсов	11	63 994	41,7	63 385	45,9 0,7
Корректировки за предыдущие годы					
Совокупная чистая прибыль					
<b>Количество проданных открыток (млн.штук)</b>		<b>158</b>	<b>154</b>	<b>4</b>	<b>2,6</b>

Сопроводительные примечания являются составной частью настоящей ведомости и должны рассматриваться вместе с ней.

a/ Составляемые данные за 1993 год были пересмотрены с учетом формата 1994 года.

b/ За вычетом суммы в размере 118 млн. долл. США, ассигнованной на счет дополнительных средств, по сравнению с 40,5 млн. долл. США в 1993 году (см. пункт 30).  
Приводится в финансовом отчете ЮНИСЕФ.

**Элен Яффе, Контролер**  
(подпись)

**Кэрол Беллами, Директор-исполнитель**  
(подпись)

ВЕДОМОСТЬ Ia Пересмотренная ведомость доходов и расходов (по приносящим доходы видам деятельности) за год, закончившийся 30 апреля 1995 года (в миллионах долларов США)						
	Сезон 1994 года 1 мая 1994 года- 30 апреля 1995 года	Сезон 1993 года a/ 1 мая 1993 года- 30 апреля 1994 года	в процентах	Сезон 1993 года a/ 1 мая 1993 года- 30 апреля 1994 года	в процентах	Разница в долларах в процентах и Увеличение/(Уменьшение) в доллах США в процентах
<b>ПРОИЗВОДСТВО И МАРКЕТИНГ</b>						
Валовые поступления	153,6	100,0		100,0	15,5	11,2
Минус: Комиссия партнерам	34,8	30,9			3,9	12,6
Чистые поступления	118,8	107,2		11,6	10,8	
Минус: Стоимость поставленных товаров	34,5	29,3		5,2	17,8	
Оперативные расходы	11,5	9,9		1,6	16,2	
Распределенные оперативные расходы	9,1	8,5		0,6	7,1	
Резерв по сомнительным счетам	1,4	0,0		1,4	0,0	
Плюс: Прочие поступления - чистый объем	7,7	7,4		0,3	4,1	
Чистые оперативные доходы - производство и маркетинг	70,0	45,6		66,9	48,5	3,1
СБОР СРЕДСТВ В ЧАСТНОМ СЕКТОРЕ						4,6
Чистые поступления - общие ресурсы	84,3	59,2		25,1	42,4	
Минус: Оперативные расходы	7,0	5,3		1,7	32,1	
Распределенные оперативные расходы	4,4	3,6		0,8	22,2	
Чистые оперативные доходы - сбор средств в частном секторе	72,9	50,3		22,6	44,9	
Совокупные чистые оперативные доходы	142,9	117,2		25,7	21,9	
Не связанные с операциями корректировки:						
Минус:						
Программа совершенствования маркетинга	2,3	0,0		2,3	0,0	
Программа совершенствования деятельности по сбору						
средств в частном секторе	4,8	7,0		(2,2)	(31,4)	
Курсовые поправки	(10,1)	8,5		(18,6)	(218,8)	
Корректировки за предыдущие годы	0,6	1,3		(0,7)	(53,9)	
Экспозиции	0,1	0,2		(0,1)	(50,0)	
Программа развития национальных комитетов в						
Центральной и Восточной Европе	1,2	0,8		0,4	50,0	
Совокупная чистая прибыль - общие ресурсы	144,0	99,4		44,6	44,9	
Плюс:						
Дополнительные средства - сбор средств в частном	118,0	40,5		77,5	191,4	
секторе b/						
Совокупная чистая прибыль - общие ресурсы и дополнительные	262,0	139,9		122,1	87,3	
средства						
<b>Объем продаж открытых (миллиард)</b>	<b>158</b>	<b>154</b>	<b>4</b>	<b>2,6</b>	<b>%</b>	

a/ Сопоставляемые данные за 1993 год были пересмотрены с учетом формата 1994 года.

b/ Эти данные были получены на основе отчетов о движении денежных средств.

/ . . .

<b>ВЕДОМОСТЬ II</b>					
Ведомость активов, пассивов и остатка средств по состоянию на 30 апреля 1995 года (в тыс. долл. США)					

		Приме- чание	По состоянию на 30 апреля 1995 года		Увеличение/ (уменьшение)
			1994 года	1994 года	
<b>АКТИВЫ</b>					
Наличность	19		1 004	986	18
Счета дебиторов	20	194 651	164 168	30 483	
За вычетом: резерва для компенсации колебаний валютных курсов и покрытия невзысканной задолженности	21	20 461	16 446	4 015	
Счета дебиторов (нетто)	174 190		147 722		
Товарно-материальные запасы	22	21 097	20 854		243
Расходы, произведенные авансом	23	283	139		144
Основные фонды, чистый объем аккумулированных амортизационных отчислений	24	1 300	1 601		(301)
<b>ВСЕГО АКТИВОВ</b>	<b>197 874</b>		<b>171 302</b>		<b>26 572</b>
<b>ПАССИВЫ</b>					
Счета кредиторов	25	8 571	7 001	1 570	
Межкредитный счет ЮНИСЕФ	26	45 261	64 895	(19 634)	
<b>ВСЕГО ПАССИВОВ</b>	<b>53 832</b>		<b>71 896</b>		<b>(18 064)</b>
АКТИВНОЕ САЛЬДО	27	144 042	99 406	44 636	
<b>ВСЕГО, ПАССИВЫ И АКТИВНОЕ САЛЬДО</b>	<b>197 874</b>		<b>171 302</b>		<b>26 572</b>

**Кэрол Беллами, Директор-исполнитель**  
(подпись)  
**Элен Яффе, Контролер**  
(подпись)

**ВЕДОМОСТЬ III**  
**Сопоставление фактических результатов за год, закончившийся 30 апреля 1995 года, с утверждененным бюджетом**  
**(в тыс. долл. США)**

		Сезон 1994 года	
		Фактические показатели	Бюджет а/
		в процентах	в процентах
Валовая выручка - продукция ОПО	153 618	100,0	157 000
За вычетом: комиссionных и непосредственных расходов в отделениях на местах	38 922	25,3	40 528
Чистый объем выручки	114 696	74,7	116 472
За вычетом: издержек по поставленным товарам фрахта, пошлин и налогов	24 966	16,3	21 299
3 527	2,3	3 678	2,3
5 931	3,9	6 061	3,9
Общие издержки по поставленным товарам	34 424	22,4	31 038
За вычетом: расходов по производству и маркетингу	7 095	4,6	8 581
расходов по операциям и финансам	14 434	9,4	14 815
расходов канцелярии Директора	1 080	0,7	988
Общие оперативные расходы	22 609	14,7	24 384
За вычетом: резервов на покрытие невзысканной задолженности	1 344	0,9	0
Плюс: прочие поступления	7 675	5,0	8 600
Чистые оперативные доходы от продукции ОПО	63 994	41,7	69 650
Чистые оперативные доходы: сбор средств в частном секторе <u>б/</u>	78 933		52 042
За вычетом: прочих расходов	2 326		5 000
расходов на Программу совершенствования маркетинга	4 847		5 000
расходов на Программу совершенствования деятельности по сбору средств	57		100
расходов на Программу развития национальных комитетов в Центральной и Восточной Европе	1 152		1 350
Совокупные чистые оперативные доходы	134 545		110 242
За вычетом: поправок на колебания валютных курсов	(10 138)		0
корректировок за предыдущие годы	641		0
Совокупная чистая прибыль	144 042		110 242
Количество проданных открыток (млн.штук)	158		165
			(7)
			(4,2)

Сопроводительное примечание 28 является составной частью настоящей ведомости и должно рассматриваться вместе с ней.

а/ Данные были пересмотрены с учетом формата 1994 года.

б/ За вычетом суммы в размере 118 млн. долл. США, ассигнованной на счет дополнительных средств в 1994 году, по сравнению с 40,5 млн. долл. США в 1993 году (см. пункт 30). Приводится в финансовом отчете ЮНИСЕФ.

Элен Яффе, Контролер  
(подпись)

Кэрол Беллами, Директор-исполнитель  
(подпись)

/ . . .

С. Примечания к финансовым ведомостям

Примечание 1. Цели и мероприятия

7. ОПО в партнерстве с национальными комитетами содействия ЮНИСЕФ, отделениями на местах и другими учреждениями занимается сбором средств для оказания помощи детям. Соответственно, эта деятельность ведет к расширению информированности о деятельности ЮНИСЕФ и дает людям возможность принимать в ней участие.

Примечание 2. Краткое изложение основных принципов бухгалтерского учета

8. Счета ведутся в соответствии с Финансовыми положениями и Правилами Детского фонда Организации Объединенных Наций и Специальным дополнением к этим Правилам, посвященным деятельности Отдела поздравительных открыток.

9. Отчетный период ОПО (финансовый год) начинается 1 мая и заканчивается 30 апреля. Счета ОПО включаются в счета ЮНИСЕФ по состоянию на 31 декабря. Для того чтобы ЮНИСЕФ мог включить счета ОПО в свои финансовые ведомости, практикуется соответствующая процедура выведения конечного сальдо на конец года.

10. Единицей учета является доллар США. Долларовый эквивалент сумм, выраженных в других валютах, определяется на основе текущего обменного курса Организации Объединенных Наций на дату проведения операции.

11. Расходы по поставкам национальным комитетам и другим торговым партнерам исчисляются в местных валютах, пересчитанных в доллары США по обменному курсу Организации Объединенных Наций, действующему в соответствующие дни поставок. Валовые поступления ОПО, представляемые в местных валютах торговыми партнерами, рассчитываются в долларах США по фактическому среднему обменному курсу, рассчитанному на основе курсов, использовавшихся при поставках. Фактическое инкассирование наличности осуществляется в долларах США по обменному курсу Организации Объединенных Наций на момент поступления денежных переводов.

12. Периодически в целях учета активы и пассивы на недолларовых счетах оцениваются по текущему обменному курсу Организации Объединенных Наций. Любое расхождение в оценке, вызванное колебанием этого курса, относится к доходам или убыткам и указывается отдельно в ведомости доходов и расходов по статье изменений стоимости активов и пассивов (корректировка обменных курсов). На покрытие убытков, связанных с колебанием валютных курсов, может создаваться резерв в размере 10 процентов от имеющейся на 30 апреля непогашенной дебиторской задолженности, исчисляемой в иных, чем доллары США, валютах. Кроме того, может создаваться резерв для дебиторской задолженности, которая может считаться не подлежащей инкассации. Эти резервы показываются в ведомости активов и пассивов как вычет из суммы дебиторской задолженности.

13. Запасы сырья, полуфабрикатов, готовой продукции для следующей кампании и товаров в пути оцениваются по нормативной стоимости. Согласно политике ОПО, готовая продукция, не реализованная в ходе кампании текущего года, подлежит списанию и не переносится на счет кампании следующего года. Списанная и перенесенная на счет кампании следующего года продукция, оценивается по их нарастающей стоимости. Все рекламно-пропагандистские материалы, подготовленные в ходе кампании текущего года, но относящиеся к кампаниям будущих лет, указываются по нормативной стоимости и относятся к товарно-материальным запасам.

14. Основные активы стоимостью 100 000 долл. США или более капитализируются и амортизируются в течение расчетного срока их полезной службы.

15. Пассивы накапливаются на счетах ОПО в соответствии согласно признанным нормам бухгалтерского учета; при этом последовательно используются надлежащие процедуры выведения конечного сальдо.

16. Поступления от деятельности по сбору средств в частном секторе и связанные с этим расходы отражаются в счетах ОПО отдельно.

#### Ведомость I

##### Примечание 3. Валовая выручка от продажи продукции ОПО

17. Данные показатели отражают общую стоимость всех видов продукции ОПО, проданных в течение года. Ниже приводятся сведения об объеме продаж по основным категориям продукции в сравнении с показателями 1993 года:

	(В млн. долл. США)			
	<u>Разница</u>			
	<u>1994 год</u>	<u>1993 год</u>	<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Открытки	126,0	115,2	10,8	9,4
Календари	4,2	3,6	0,6	16,7
Канцелярские принадлежности	8,2	8,2	0,0	0,0
Учебные материалы	8,2	6,3	1,9	30,2
Прочие товары	<u>7,0</u>	<u>4,8</u>	<u>2,2</u>	<u>45,8</u>
Итого	<u>153,6</u>	<u>138,1</u>	<u>15,5</u>	<u>11,2</u>

18. Объем валовой выручки составил 153,6 млн. долл. США, что на 15,5 млн. долл. США (11,2 процента) больше по сравнению с 1993 годом. Такое увеличение обусловлено увеличением объема продаж (2,6 процента по одним лишь поздравительным открыткам), увеличением отпускной цены (3,2 процента), благоприятным воздействием колебания обменного курса валют (1,4 процента) и расширением ассортимента.

19. Валовая выручка от продаж за 1994 год по сравнению с показателем 1993 года составила:

	(В млн. долл. США)			
	Разница			
	<u>1994 год</u>	<u>1993 год</u>	<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Национальные комитеты и другие партнеры по сбыту	133,7	122,9	10,8	8,8
Отделения ЮНИСЕФ на местах	<u>19,9</u>	<u>15,2</u>	<u>4,7</u>	<u>30,9</u>
Итого	<u>153,6</u>	<u>138,1</u>	<u>15,5</u>	<u>11,2</u>

20. Подробный анализ данных о реализации продукции и результатов деятельности по странам в связи с продажей поздравительных открыток и другой продукции содержится в приложении I, таблица 1.

Примечание 4. Комиссионные и непосредственные расходы в отделениях ЮНИСЕФ на местах

21. Эта статья включает суммы, удержанные национальными комитетами и другими партнерами, комиссионные, выплаченные грузополучателям, а также непосредственные расходы по сбыту в отделениях ЮНИСЕФ на местах. Эти суммы составили 38,9 млн. долл. США, что на 5,0 млн. долл. США (14,7 процента) выше фактического показателя 1993 года. Разбивка приводится ниже:

	(В млн. долл. США)			
	Разница			
	<u>1994 год</u>	<u>1993 год</u>	<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Национальные комитеты и другие партнеры по сбыту	34,7	30,9	3,8	12,3
Отделения ЮНИСЕФ на местах	<u>4,2</u>	<u>3,0</u>	<u>1,2</u>	<u>40,0</u>
Итого	<u>38,9</u>	<u>33,9</u>	<u>5,0</u>	<u>14,7</u>

Примечание 5. Издержки по поставленным товарам

22. Издержки по поставленным товарам, включая рекламные материалы, фрахт, пошлины и налоги, составили 34,4 млн. долл. США, что на 5,4 млн. долл. США (или 18,7 процента) превышает фактический показатель 1993 года. Издержки по поставленным товарам и фрахту, пошлинам и налогам возросли на 4,8 млн. долл. США (23,8 процента) и на 0,5 млн. долл. США (16,7 процента) соответственно. Это возрастание обусловлено 5-процентным ростом излишков в торговой сети по сравнению с объемом реализованной продукции, отрицательным воздействием обменного курса валют и ассортимента. Для поддержки деятельности национальных комитетов и других партнеров по широкому охвату и расширению их операций в 1994 году объем

распространенных рекламных материалов был увеличен на 0,1 млн. долл. США (1,7 процента) по сравнению с 1993 годом. Подробные данные представлены ниже:

	(В млн. долл. США)			
	Разница			
	<u>1994 год</u>	<u>1993 год</u>	<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Издержки по поставленным товарам	25,0	20,2	4,8	23,8
Фрахт, пошлины, налоги	3,5	3,0	0,5	16,7
Рекламные материалы	<u>5,9</u>	<u>5,8</u>	<u>0,1</u>	<u>1,7</u>
Итого	<u>34,4</u>	<u>29,0</u>	<u>5,4</u>	<u>18,7</u>

#### Примечание 6. Оперативные расходы

23. Оперативные расходы включают в себя общие оперативные расходы Группы по производству и маркетингу, Группы по операциям и финансам и канцелярии Директора. В 1994 году они составили в общей сложности 22,6 млн. долл. США, что на 3,4 млн. долл. США (17,6 процента) больше фактических показателей за 1993 год. В процентном отношении к валовой выручке оперативные расходы составляют 14,7 процента, что на 0,8 процента выше показателя 1993 года, составлявшего 13,9 процента. Увеличение обусловлено, главным образом, созданием региональных центров поддержки в Рио-де-Жанейро и Сингапуре, которые включены в структуру Группы по операциям и финансам. Тем не менее следует отметить, что, хотя Группа по операциям и финансам и канцелярия Директора обеспечивают поддержку как реализации продукции, так и мероприятий ОПО по мобилизации средств в частном секторе, оперативные расходы этих групп полностью относятся к статье реализации продукции. Подробные сведения об оперативных расходах приводятся ниже:

	(В млн. долл. США)			
	Разница			
	<u>1994 год</u>	<u>1993 год</u>	<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Производство и маркетинг	7,1	6,9	0,2	2,9
Операции и финансы	14,4	11,4	3,0	26,3
Канцелярия Директора	<u>1,1</u>	<u>0,9</u>	<u>0,2</u>	<u>22,2</u>
Итого	<u>22,6</u>	<u>19,2</u>	<u>3,4</u>	<u>17,6</u>

#### Примечание 7. Резерв на покрытие невзысканной дебиторской задолженности

24. Резерв на покрытие невзысканной дебиторской задолженности включает в себя дебиторскую задолженность, которая может стать невозвратной; в 1994 году ее объем составлял 1,3 млн. долл. США по сравнению с 21 000 долл. США в 1993 году. Дебиторская задолженность, считающаяся как невозврат, списывается с резерва на покрытие невзысканной дебиторской задолженности. Вместе с тем ОПО продолжает свои усилия для взыскания этих денежных средств.

#### Примечание 8. Прочие поступления

25. Прочие поступления включают в себя следующие суммы:

а) поступления от реализации производимой по лицензиям продукции, включая гонорары от специальных программ, поступления от осуществления программы по продаже в Японии корпорацией "Ниппон телефон энд телеграф корпорейшн" бланков телеграмм с тисненным изображением цветка и поступления от продажи продукции национальных комитетов и прочих изделий;

б) пожертвования, т.е. взносы, полученные в результате распространения брошюрок/бланков заказов ОПО;

с) разные поступления, куда входят банковский процент, скидки по закупкам, поступления от продажи устаревшего оборудования и поступления от прочих операций.

26. Прочие поступления в 1994 году составили 7,7 млн. долл. США, что на 0,2 млн. долл. США (2,9 процента) больше, чем в 1993 году. Ниже приводится сравнение между 1994 и 1993 годами:

	(В млн. долл. США)			
	Разница			
	<u>1994 год</u>	<u>1993 год</u>	<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Продукция, производимая по лицензиям	5,1	4,5	0,6	14,0
Пожертвования	1,8	1,5	0,3	20,0
Прочие поступления	<u>0,8</u>	<u>1,5</u>	( <u>0,7</u> )	( <u>46,7</u> )
Итого	<u>7,7</u>	<u>7,5</u>	<u>0,2</u>	<u>2,9</u>

#### Примечание 9. Чистые оперативные доходы – продукция ОПО

27. В ходе кампании 1994 года чистые оперативные доходы по разделу производства и маркетинга составили 64,0 млн. долл. США. Это на 0,6 млн. долл. США (1,0 процента) больше фактического показателя за 1993 год. В процентах к валовой выручке чистые оперативные доходы за 1994 год составляли 41,7 процента, что на 4,2 процента меньше по сравнению с 45,9 процента в 1993 году.

Примечание 10. Чистые оперативные доходы – сбор средств в частном секторе

28. В 1994 году общий объем чистых поступлений от деятельности по сбору средств в частном секторе, полученный ЮНИСЕФ, составил 84,3 млн. долл. США. Это представляет собой увеличение на 25,1 млн. долл. США (42,4 процента) по сравнению с показателем за 1993 год. Такое увеличение чистых поступлений было достигнуто в результате новых и расширенных мероприятий по сбору средств в частном секторе, осуществленных национальными комитетами и отделениями ЮНИСЕФ на местах. Подробный анализ чистых поступлений национальных комитетов и отделений ЮНИСЕФ на местах см. в приложении II.

29. Как показано в приводимой ниже таблице, чистые оперативные доходы от деятельности по сбору средств в частном секторе, относящиеся к общим ресурсам, в 1994 году составили 78,9 млн. долл. США, что на 25,0 млн. долл. США (46,3 процента) выше уровня 1993 года. Эти суммы не включают в себя средства, удержанные национальными комитетами, оперативные расходы группы по сбору средств в частном секторе и расходы, связанные с исследованиями и разработками.

30. Помимо чистых оперативных доходов от деятельности по сбору средств в частном секторе, относящихся к общим ресурсам, было выделено 118,0 млн. долл. США на различные проекты ЮНИСЕФ, осуществляемые за счет дополнительного финансирования. Эта сумма показана в сноске к ведомости I в настоящем финансовом отчете и включена в качестве статьи дохода в финансовый отчет ЮНИСЕФ.

31. Для выработки новых методов и проведения экспериментальных кампаний по сбору средств в 1994 году на исследования и разработки было израсходовано 1,6 млн. долл. США. Эта сумма была на 0,3 млн. долл. США (24,9 процента) больше показателя за 1993 год.

Чистые оперативные доходы: сбор средств в частном секторе (в тыс. долл. США)
---

	1994 год	1993 год	<u>Разница</u> Увеличение (уменьшение) (в долл. США)	<u>Разница</u> Увеличение (уменьшение) (в процентах)
Чистые поступления	84 292	59 211	25 081	42,4
Оперативные расходы				
Сотрудники по проектам категории специалистов	1 692	1 919	(227)	(11,8)
Сотрудники по проектам категории общего обслуживания	957	940	17	1,8
Персонал, набираемый на краткосрочной основе	48	34	14	41,2

	1994 год	1993 год	Разница Увеличение (уменьшение) (в долл. США)	Разница Увеличение (уменьшение) (в процентах)
Поездки, конференции и связь	318	351	( 33 )	( 9 , 4 )
Оперативно-функциональное обслуживание и материалы	347	314	33	10 , 5
Аренда, оборудование, поставки и перевозки	432	429	3	0 , 7
Итого, оперативные расходы	3 794	3 987	( 193 )	( 4 , 8 )
Исследования и разработки	1 565	1 253	312	24 , 9
Чистые оперативные доходы	78 933	53 971	24 962	46 , 3

Примечание 11. Программа совершенствования маркетинга

32. В 1994 году Исполнительный совет учредил ПСМ с установленным на 1994 год бюджетом в размере 5 млн. долл. США (E/ICEF/1994/13/Rev.1, решение 1994/A/9) в целях проверки и оценки новых приносящих доход инициатив, связанных с производством и маркетингом. Через эту программу заинтересованные национальные комитеты представляли заявки на финансирование, и к каждой заявке прилагались полное описание проекта и краткосрочный план реализации и финансовой деятельности. После утверждения каждой заявки ОПО предоставлял испрошенную сумму национальным комитетам, которые, в свою очередь, выделяли по крайней мере такой же объем средств и заводили отдельный счет для осуществления гласного контроля за осуществлением программы в ходе запланированного периода. В течение 1994 года заявки на финансирование по линии ПСМ представили 16 национальных комитетов, которым было выделено в общей сложности 2,3 млн. долл. США. (Подробный отчет по ПСМ см. в рабочем плане и бюджете ОПО на сезон 1996 года (E/ICEF/1996/AB/L.11.)

Примечание 12. Программа совершенствования деятельности по сбору средств

33. Для того чтобы ОПО мог выполнять свой мандат по сбору средств в частном секторе, Исполнительный совет санкционировал дальнейшее осуществление ПРС с

установленным на 1994 год бюджетом в размере 5 млн. долл. США в течение дополнительного пятилетнего периода (E/ICEF/1994/13/Rev.1, решение 1994/A/19). Цель этой программы заключается в укреплении потенциала национальных комитетов и отделений ЮНИСЕФ на местах в области формирования более широкой основы для оказания поддержки деятельности по сбору средств в частном секторе (см. E/ICEF/1991/AB/L.6 и E/ICEF/1991/15, решение 1991/35). В 1994 году ОПО предоставил своим партнерам из бюджета ПСДС 4,8 млн. долл. США. ПСДС представляла собой важный фактор, способствовавший рекордному увеличению чистых поступлений от сбора средств в частном секторе в 1994 году. (Подробный отчет по ПСДС см. в рабочем плане и бюджете ОПО на сезон 1996 года (E/ICEF/1996/AB/L.11.).)

#### Примечание 13. Экспозиции

34. В этой статье предусмотрены средства для покрытия расходов на организацию экспозиций и содержания Центра для посетителей в здании ЮНИСЕФ. В 1994 году сумма этих расходов составила 57 000 долл. США, что отражает сокращение расходов на 182 000 долл. США (76,2 процента) по сравнению с 1993 годом.

#### Примечание 14. Программа развития для национальных комитетов в странах Центральной и Восточной Европы

35. В 1992 году Исполнительный совет утвердил программу развития для национальных комитетов в странах Центральной и Восточной Европы. Национальным комитетам этого региона было разрешено удерживать, помимо 25 процентов валовой выручки, также и оставшиеся 75 процентов валовой выручки. Эти 75 процентов предназначались для покрытия расходов, связанных с повышением осведомленности, общей информационно-пропагандистской деятельностью, распространением информации, расширением сети торговли и созданием донорской базы. В 1994 году фактические расходы составили 1,2 млн. долл. США, или на 0,4 млн. долл. США больше, чем в 1993 году. Этот прирост непосредственно был связан с увеличением суммы валовых поступлений от реализации продукции в этом регионе.

#### Примечание 15. Совокупный чистый оперативный доход

36. Совокупный чистый оперативный доход от продажи продукции ОПО и деятельности по сбору средств в частном секторе составил 134,5 млн. долл. США, что на 25,3 млн. долл. США (23,1 процента) больше показателя за 1993 год. Это чистый оперативный доход ОПО без учета неоперативных расходов, в частности до корректировки колебаний валютных курсов и коррективов за предыдущие годы.

#### Примечание 16. Поправка на валютные курсы

37. Это представляет собой чистую поправку на валютные курсы, включая 10-процентный резерв увеличения ассигнований для корректировки колебаний валютных курсов по непогашенной дебиторской задолженности на недолларовых счетах, и результат переоценки активов и пассивов по оперативному обменному курсу Организации Объединенных Наций на 30 апреля 1995 года. Поправка на валютные курсы в 1994 году позволила обеспечить доход на сумму 10,1 млн. долл. США, что, по сравнению с 1993 годом, когда были убытки на сумму 8,5 млн. долл. США, отражает благоприятное увеличение по этой статье на 18,6 млн. долл. США.

Примечание 17. Корректизы за предыдущие годы

38. В соответствии с существующими принципами бухгалтерского учета ОПО непериодические корректизы сумм поступлений и расходов за предыдущие годы проводятся в финансовом отчете как корректизы за предыдущие годы. В 1994 году эти корректизы составили отрицательную величину в 0,6 млн. долл. США.

Примечание 18. Совокупная чистая прибыль

39. После вычета неоперативных расходов полученная в 1994 году совокупная чистая прибыль от продажи продукции ОПО и деятельности по сбору средств в частном секторе составила 144,0 млн. долл. США, что отражает рекордное увеличение объема ресурсов на 44,6 млн. долл. США (44,9 процента) по сравнению с фактическим показателем за 1993 год.

Ведомость II

Примечание 19. Наличность

40. Денежная наличность (1,0 млн. долл. США) состояла из остатка на банковских счетах ОПО и кассовой наличности в штаб-квартире и в отделениях на местах.

Примечание 20. Дебиторская задолженность

41. Дебиторская задолженность складывается из задолженности национальных комитетов и других торговых партнеров по поступлениям от продажи продукции, сбора средств в частном секторе, а также роялти и разных сумм к получению. По состоянию на 30 апреля 1995 года суммарная дебиторская задолженность составляла 194,7 млн. долл. США, что на 30,5 млн. долл. США превышает остаток по состоянию на 30 апреля 1994 года. Увеличение задолженности было обусловлено в основном увеличением объема поступлений от деятельности по сбору средств в частном секторе. Соглашения с национальными комитетами предусматривают выплату этих остатков в шестимесячный срок после завершения финансового года.

Примечание 21. Чистая дебиторская задолженность

42. В соответствии с принципами бухгалтерского учета ОПО (см. пункт 12 выше) может учреждаться резерв для покрытия дебиторской задолженности, которая считается невозвратом, а также резерв для покрытия последствий колебаний валютных курсов для дебиторской задолженности на недолларовых счетах. В 1994 году общий объем резервных средств, предусмотренных для учета колебаний валютных курсов и покрытия невозвратной дебиторской задолженности, составлял 20,5 млн. долл. США. После вычета этого резерва чистая дебиторская задолженность составила 174,2 млн. долл. США. По состоянию на 31 декабря 1995 года чистый остаток на счетах дебиторов исчислялся в размере 17,6 млн. долл. США.

Примечание 22. Товарно-материальные запасы

43. Товарно-материальные запасы (сырье, продукция в стадии производства, готовая продукция и продукция в пути) указаны по нормативной стоимости, и по состоянию на 30 апреля 1995 года их общая стоимость составляла 21,1 млн. долл. США, что на 0,2 млн. долл. США превышает остаток по состоянию на 30 апреля 1994 года. Это увеличение было связано главным образом с увеличением производства продукции для сезона 1995 года. Товарно-материальные запасы по состоянию на 30 апреля 1995 года включали в себя:

	(В млн. долл. США)	
	<u>30 апреля 1995 года</u>	<u>30 апреля 1994 года</u>
Сырье	3,4	3,8
Продукция в стадии производства	2,0	2,2
Готовая продукция	11,2	10,0
Продукция в пути	<u>4,5</u>	<u>4,9</u>
Итого	<u>21,1</u>	<u>20,9</u>

Примечание 23. Авансированные средства

44. Сюда входят платежи поставщикам за изготовление продукции ОПО и рекламно-информационных материалов для кампании 1995 года и будущих кампаний. По состоянию на 30 апреля 1995 года авансированные средства составляли 0,3 млн. долл. США, что на 0,2 млн. долл. США превышает остаток по состоянию на 30 апреля 1994 года.

Примечание 24. Основные активы

45. Стоимость этих активов указана за вычетом суммарных амортизационных отчислений (см. приведенную ниже сводку по основным активам по состоянию на 30 апреля 1995 года). В соответствии с принципами бухгалтерского учета ОПО основные активы на сумму 0,1 млн. долл. США или более капитализируются и амортизируются в течение предполагаемого срока полезной службы. Чистое уменьшение объема основных активов на 0,3 млн. долл. США по сравнению с остатком по состоянию на 30 апреля 1994 года связано главным образом с амортизацией оргтехники и оборудования и материалов для ремонта арендованных помещений в течение рассматриваемого периода.

	(В млн. долл. США)	
	<u>30 апреля 1995 года</u>	<u>30 апреля 1994 года</u>
Производственное оборудование	0,6	0,6
Оргтехника и ремонт арендованных помещений	<u>1,8</u>	<u>1,8</u>
Итого	2,4	2,4
Суммарные амортизационные отчисления	( <u>1,1</u> )	( <u>0,8</u> )
Всего	<u>1,3</u>	<u>1,6</u>

Примечание 25. Кредиторская задолженность

46. Общая кредиторская задолженность по состоянию на 30 апреля 1995 года составляла 8,6 млн. долл. США, что на 1,6 млн. долл. США больше, чем остаток на 30 апреля 1994 года. В общий объем кредиторской задолженности включались обязательства перед поставщиками и национальными комитетами.

Примечание 26. Межучрежденческий счет ЮНИСЕФ

47. Этот счет представляет собой дебиторскую задолженность ЮНИСЕФ за денежные средства, авансированные в качестве оборотного капитала ОПО, которая по состоянию на 30 апреля 1995 года составляла 45,3 млн. долл. США. В конце каждого финансового года доходы ОПО перечисляются в ЮНИСЕФ через этот счет.

Примечание 27. Активное сальдо

48. Эта статья представляет собой доходы ОПО, которые ежегодно перечисляются в общие ресурсы ЮНИСЕФ. По состоянию на 30 апреля 1995 года активное сальдо составляло 144,0 млн. долл. США.

Ведомость IIIПримечание 28. Сопоставление фактических результатов деятельности за 1994 год с бюджетом

49. Результаты деятельности ОПО в 1994 году по сравнению с бюджетными выкладками выглядят следующим образом:

а) объем продаж открыток оказался ниже запланированного в бюджете показателя на 7 млн. штук, или на 4,2 процента;

б) валовые поступления от производства и маркетинга были ниже предусмотренных в бюджете на 3,4 млн. долл. США, или на 2,2 процента;

с) комиссионные, включая непосредственные расходы в отделениях на местах, оказались ниже предусмотренных в бюджете на 1,6 млн. долл. США (4,0 процента). В 1994 году комиссионные и непосредственные расходы в отделениях на местах составили 25,3 процента от валовых поступлений по сравнению с 25,8 процента, запланированными в бюджете; это сокращение на 0,5 процента является положительным;

д) общая стоимость поставленных товаров составила 34,4 млн. долл. США, что выше предусмотренного в бюджете показателя на 3,4 млн. долл. США (10,9 процента). Это увеличение объясняется увеличением на 5,0 процента нормы поставленных товаров сверх реализованного объема, неблагоприятным обменным курсом и ассортиментом товаров;

е) общие оперативные расходы за год составили 22,6 млн. долл. США, что на 1,8 млн. долл. США (7,3 процента) ниже запланированного бюджетного показателя. В процентах от валового объема поступлений общие оперативные расходы составили 14,7 процента, что на 0,8 процента ниже заложенного в бюджете 15,5 процента;

ф) прочие поступления за год составили 7,7 млн. долл. США, что ниже предусмотренных в бюджете на 0,9 млн. долл. США (10,8 процента);

г) чистый оперативный доход от реализации продукции ОПО составил 64,0 млн. долл. США, что на 5,7 млн. долл. США (8,1 процента) меньше предусмотренного в бюджете. В процентах от общего объема поступлений чистый оперативный доход составил 41,7 процента, что на 2,7 процента ниже предусмотренного в бюджете;

и) чистый оперативный доход от сбора средств в частном секторе составил 78,9 млн. долл. США, что на 26,9 млн. долл. США (51,7 процента) больше предусмотренного в бюджете;

и) расходы ПСМ составили 2,3 млн. долл. США, что на 2,7 млн. долл. США (53,5 процента) меньше, чем было заложено в бюджете;

ж) расходы на ПСДС составили 4,8 млн. долл. США, что на 0,2 млн. долл. США (3,1 процента) меньше, чем было заложено в бюджете;

к) затраты на организацию экспозиции оказались на 43 000 долл. США меньше суммы, запланированной в бюджете;

л) расходы по линии Программы развития национальных комитетов в Центральной и Восточной Европе были ниже на 0,2 млн. долл. США (14,7 процента) по сравнению с предусмотренными в бюджете;

м) таким образом, чистая совокупная прибыль составила 144,0 млн. долл. США, что на 33,8 млн. долл. США, или на 30,7 процента, выше предусмотренной в бюджете суммы в размере 110,2 млн. долл. США.

#### Приложение I

#### ДОКЛАД О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СТРАНАМ, СВЯЗАННОЙ С ПРОДАЖЕЙ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК И ДРУГОЙ ПРОДУКЦИИ

1. С 1987 года в ответ на просьбу Исполнительного совета ЮНИСЕФ ежегодно готовится доклад, в котором дается оценка деятельности партнеров по сбыту поздравительных открыток и другой продукции:

а) в таблице 1 ниже приводятся данные о валовых поступлениях от сбыта всей продукции и количестве открыток, проданных по регионам и основным странам-агентам по сбыту в 1994 году по сравнению с 1993 годом. В ней указана доля каждого крупного рынка, выраженная в показателях по каждой стране в расчете на душу населения с указанием валовых поступлений и количества проданных открыток в расчете на 1000 человек в 1994 году по сравнению с 1993 годом;

б) в таблице 2 ниже отражена деятельность по странам за период 1990-1994 годов.

2. Для оценки деятельности в различных странах ОПО установил восемь показателей, которые были обсуждены с соответствующими торговыми партнерами: национальными комитетами содействия ЮНИСЕФ, отделениями на местах и консигнаторами. Эти показатели отражают области совместной деятельности партнеров по продаже поздравительных открыток, включая прогнозирование, размещение заказов, сбыт, ценообразование и стоимость рекламных материалов, и являются составными элементами ключевого показателя - "отчисления в ЮНИСЕФ".

#### Обзор деятельности, 1990-1994 годы

3. В таблице 2 отражены результаты деятельности по странам за пятилетний период. Этот обзор может быть кратко изложен по странам, по регионам и в глобальном масштабе. По результатам глобальной деятельности прослеживаются следующие тенденции:

а) ПД 1. Продажа открыток (в млн. штук). Объем продаж в мире в целом возрос со 154 млн. открыток в 1990 году до 158 млн. открыток в 1994 году;

б) ПД 2. Валовые поступления (в млн. долл. США). Валовые поступления неуклонно росли, увеличившись со 134,9 млн. долл. США в 1990 году до 153,6 млн. долл. США в 1994 году, т.е. на 13,9 процента;

с) ПД 3. Прочие поступления (в млн. долл. США) от таких специальных программ, как реализация продукции, производимой по лицензиям, и продукции, произведенной партнерами. Прочие поступления возросли с 5,5 млн. долл. США в 1990 году до 7,2 млн. долл. США в 1994 году, т.е. на 31 процент;

д) ПД 4. Комиссионные/расходы отделений на местах (суммы, удержанные национальными комитетами и другими партнерами, комиссионные, выплаченные консигнаторам, и непосредственные расходы в отделениях на местах в процентах от валовых поступлений). Комиссионные/расходы отделений на местах за 1994 год составили 25 процентов. Начиная с 1990 года в результате совместных усилий партнеров ОПО соотношение комиссионных/расходов отделений на местах каждый год составляло 25 процентов;

е) ПД 5. Цены приводятся в процентах от базовой цены для открыток "формата А" (стандартный размер), ежегодно устанавливаемой ОПО. Звездочкой (\*) помечены страны, в которых уровень цен достиг базовой цены ОПО или превысил ее. С 1990 по 1994 год наблюдалось последовательное изменение цен в сторону повышения базовой цены в большинстве стран Европы, Северной Америки и тихоокеанского региона;

f) ПД 6. Соотношение распределяемой продукции к объему продаж (в процентах от нормативного) показывает процент превышения установленной доли распределения товаров для продажи торговыми партнерами (стандарт = 0). Ввиду низких показателей продаж на протяжении данного периода и уменьшения фактического объема продаж по сравнению с прогнозом на 1994 год, в частности, превышение распределения (соотношение распределяемой продукции к объему продаж) увеличилось с 10 процентов в 1990 году до 17 процентов в 1994 году;

g) ПД 7. Расходы на рекламные материалы (в процентах от валовых поступлений) представляют собой прямые затраты на производство таких рекламных материалов, которые ОПО предоставляет своим партнерам бесплатно. В сравнении с 1990 годом расходы на рекламные материалы в 1994 году остались на уровне 3 процентов от валовых поступлений;

h) ПД 8. Отчисления в ЮНИСЕФ (в процентах от валовых поступлений) представляют собой поступления от продаж плюс прочие поступления за вычетом комиссионных, расходов отделений на местах, стоимости поставленных товаров и рекламных материалов. На стоимость поставленных товаров влияют точность партнеров в прогнозировании и правильность их расчетов при размещении заказов, а также эффективность деятельности ОПО по закупкам, производству и физическому распределению. Общие отчисления в ЮНИСЕФ уменьшились с 59 процентов в 1990 году до 57 процентов в 1994 году, прежде всего в связи с медленным ростом объема продаж и увеличением на 5,0 процента соотношения распределяемой продукции к объему продаж.

#### Общая оценка деятельности в 1994 году

4. Указанные восемь показателей не только позволяют определить результаты деятельности той или иной страны, но и дают возможность оценивать в целом сотрудничество ОПО с национальными комитетами и другими партнерами.

5. Для анализа результатов деятельности по странам за 1994 год были отобраны в общей сложности 42 страны (крупные рынки по регионам) и четыре группы стран. Ниже приводятся результаты, полученные по восьми показателям деятельности. (Для удобства в число стран, упоминаемых в последующих пунктах, включены указанные четыре группы стран.)

#### Объем продаж (ПД 1)

6. Помимо того, что данный показатель позволяет определить размер потенциального дохода, он является единственным показателем, с помощью которого можно также установить степень "присутствия" или участия ЮНИСЕФ на мировом рынке. Таким образом, его ценность состоит в том, что он является как качественным, так и количественным показателем.

7. В 1994 году объем продаж увеличился в 21 стране, уменьшился в 12 странах, а в остальных он остался на уровне 1993 года.

#### Валовые поступления (ПД 2)

8. Несмотря на высокий курс доллара США, в 1993 и 1994 годах валовые поступления от продажи продукции ОПО ЮНИСЕФ возросли в 34 странах; в 9 странах поступления оставались примерно на уровне 1993 года, а в 3 странах их объем уменьшился.

#### Прочие поступления (ПД 3)

9. Поступления от продажи лицензионной продукции, роялти и реализации продукции национальных комитетов увеличились в шести странах, уменьшились в трех странах и остались на прежнем уровне в восьми странах.

Комиссионные/расходы отделений на местах (ПД 4)

10. Процентная доля сумм, удержаных национальными комитетами, расходов отделений на местах и комиссионных, выплаченных торговым партнерам, в 1994 году оставалась на уровне 25 процентов. В целом этот показатель был на уровне 25 процентов или ниже в 34 странах и выше этого уровня - в 12 странах.

Ценообразование (ПД 5)

11. В 1994 году в 18 странах цены соответствовали базовому индексу или превышали его и в 26 странах были ниже базового индекса.

12. В странах с высокими темпами инфляции ее негативные последствия компенсировались с помощью системы периодической корректировки цен.

Соотношение между распределаемой продукцией и объемом продаж (ПД 6)

13. В целом показатель превышения числа распространенных открыток над числом проданных вырос с 12 процентов в 1993 году до 17 процентов в 1994 году. Это было связано главным образом с тем, что объем продаж в Северной Америке и Европе оказался ниже прогнозируемого уровня. В 13 странах было достигнуто или поддерживалось благоприятное соотношение на уровне нормы, в 12 странах оно уменьшилось, а в 21 - увеличилось.

Расходы на рекламные материалы (ПД 7)

14. В целом доля расходов на рекламные материалы сократилась с 4 процентов от стоимости валовой продукции в 1993 году до 3 процентов в 1994 году. В 1994 году эти расходы увеличились в 14 странах, сократились в 18 странах и остались примерно на том же уровне в 14 странах.

Отчисления в ЮНИСЕФ (ПД 8)

15. Общая доля отчислений (57 процентов от валового объема поступлений) в 1994 году уменьшилась (в 1993 году она составляла 59 процентов).

16. Доля средств, отчисляемых в ЮНИСЕФ, увеличилась в 15 странах. В 29 странах она уменьшилась и в 2 осталась на прежнем уровне. При анализе результатов деятельности по регионам можно отметить, что в Северной Америке доля отчислений оставалась на прежнем уровне, тогда как в Латинской Америке и Тихоокеанском регионе, Индии и Пакистане и Африке и на Ближнем Востоке – увеличилась, а в Азии и Европе – уменьшилась.

Оценка деятельности по регионам в 1994–1995 годах

Регион I – Северная Америка

17. Впервые за период с 1990 года в этом регионе в 1994 году удалось остановить тенденцию к сокращению объема продаж открыток и общего объема поступлений и добиться роста соответствующих показателей. Аналогичным образом в регионе удалось сократить долю удерживаемых средств (с 32 процентов) до 25 процентов, а расходы на рекламные материалы – до 7 процентов от общего объема поступлений и сохранить долю отчислений в ЮНИСЕФ на уровне 44 процентов.

18. В 1994 году Комитет содействия ЮНИСЕФ Соединенных Штатов добился в сравнении с 1993 годом увеличения на 18,6 процента объема валовых поступлений и увеличения на 4,6 процента объема продаж открыток. Доля отчислений в ЮНИСЕФ возросла с 41 процента в 1993 году до 44 процентов в 1994 году, а процент комиссионных, удерживаемых Комитетом, сократился с 27 процентов в 1993 году до 25 процентов в 1994 году. Это улучшение показателей было обусловлено главным образом успешным проведением кампании по прямой рассылке продукции, финансированной при поддержке ПСМ. Однако положительные результаты увеличения объема розничных и корпоративных продаж были сведены на нет в результате сокращения объема продаж на условиях добровольной консигнации и продаж открыток потребителям по выписке с доставкой по почте. Комитет пересматривает структуру своих отделений на местах и в предстоящий год намерен весьма энергично и целеустремленно добиваться увеличения объема розничных и корпоративных продаж.

19. В Канаде Канадский комитет содействия ЮНИСЕФ открыл при поддержке ПСМ три новых круглогодично работающих магазина. Эта установка на расширение канала розничной торговли, на долю которой приходится 26 процентов объема его продаж, преследует цель компенсировать снижение показателей в секторе обслуживания потребителей с доставкой товаров по почте, особенно за период, прошедший со времени весенней кампании. Комитет надеется остановить спад и добиться роста объема продаж, который сокращался на протяжении последних четырех лет, особенно успешные результаты были получены в корпоративном секторе, где объем поступлений вырос на 10 процентов.

Регион II – Латинская Америка и Карибский бассейн

20. В регионе сохранялась тенденция к увеличению объема продаж открыток (с 9,8 миллиона в 1990 году до 11,6 миллиона штук в 1994 году) и объема валовых поступлений (с 5,6 млн. долл. США в 1990 году до 10,5 млн. долл. США в 1994 году). Эта благоприятная тенденция в сочетании со снижением доли комиссионных, сокращением расходов отделений на местах и уменьшением соотношения между объемом распределаемой и продаваемой продукции

способствовала увеличению доли отчислений в ЮНИСЕФ в этом регионе с 49,0 процента в 1993 году до 51,0 процента в 1994 году.

21. В Аргентине возрос как объем валовых поступлений, так и продаж открыток, соответственно, с 0,4 млн. долл. США в 1990 году до 0,9 млн. долл. США в 1994 году и с 0,6 миллиона штук в 1990 году до 1,1 миллиона штук в 1994 году. Несмотря на то, что доля комиссионных и расходов отделений на местах возросла с 31,0 процента в 1993 году до 34,0 процента, доля отчислений в ЮНИСЕФ значительно возросла: с 15,0 процента в 1993 году до 34,0 процента в 1994 году. Этот рост явился прямым результатом увеличения объема валовых поступлений и значительного улучшения соотношения между числом распространенных и проданных открыток.

22. Бразилия в 1994 году сохранила за собой место страны, в которой было продано наибольшее число открыток в регионе – 5,6 миллиона штук. Это составило 48,3 процента от общего количества проданных в регионе 11,6 миллиона открыток. Несмотря на увеличение до 5,1 млн. долл. США объема ее валовых поступлений – прирост составил 2,1 млн. долл. США – и улучшение соотношения числа распространенных и числа проданных открыток, сокращение объема прочих поступлений привело к снижению доли отчислений в ЮНИСЕФ с 66,0 до 64,0 процента.

23. Объем валовых поступлений в Колумбии увеличился с 0,9 млн. долл. США до 1,0 млн. долл. США, а доля комиссионных и расходов отделений на местах сократилась с 38,0 до 34,0 процента, однако, несмотря на это, объем отчислений в ЮНИСЕФ в процентах от общего объема поступлений снизился с 35,0 до 31,0 процента.

24. Объем валовых поступлений в Мексике сохранился на уровне 0,9 млн. долл. США, тогда как доля комиссионных и расходов отделений на местах увеличилась с 39,0 до 41,0 процента. Это увеличение доли комиссионных и расходов отделений на местах в сочетании с увеличением расходов на рекламные материалы привело в результате к уменьшению объема отчислений Мексики в ЮНИСЕФ с 34,0 до 23,0 процента.

### Регион III – Азия

25. В регионе было отмечено незначительное увеличение объема продаж открыток, увеличение объема валовых поступлений на 1,5 млн. долл. США и увеличение объема прочих поступлений на 0,5 млн. долл. США. Однако, несмотря на эти увеличения, доля его отчислений в ЮНИСЕФ несколько сократилась с 93,0 до 92,0 процента.

26. В 1994 году объем продаж в Гонконге вырос на 12,5 процента, а сумма валовых поступлений увеличилась на 20 процентов. Эти увеличения явились главным образом результатом динамичного роста объема продаж в корпоративном секторе. Однако неблагоприятное соотношение между числом распространенных и числом проданных открыток привело к сокращению доли отчислений в ЮНИСЕФ с 82,0 процента до 63,0 процента.

27. В Индонезии объем продаж открыток и валовых поступлений в 1994 году оставался на том же уровне, что и в 1993 году. В условиях увеличения объема комиссионных и расходов отделений на местах и ухудшения соотношения между числом распространенных и числом проданных открыток доля ее отчислений в ЮНИСЕФ уменьшилась с 53,0 до 40,0 процента.

28. В условиях экономического спада в стране объем продаж в Японии сократился в 1994 году на 6 процентов, однако, несмотря на это, объем валовых поступлений вырос на 14 процентов.

Это объяснялось укреплением японской иены. Увеличение объема прочих поступлений с 2,5 млн. долл. США до 3,0 млн. долл. США позволило Японии сохранить долю отчислений в ЮНИСЕФ в 1994 году на самом высоком среди всех национальных комитетов уровне, составляющем 104 процента.

29. Объем общих поступлений на Филиппинах в 1994 году увеличился до 0,4 млн. долл. США. Это увеличение в сочетании с сокращением объема комиссионных и расходов отделений на местах с 26,0 процента до 17,0 процента способствовало увеличению доли отчислений в ЮНИСЕФ с 51,0 до 64,0 процента.

30. В Республике Корея в 1994 году на 50 процентов увеличились как объем продаж открыток, так и объем валовых поступлений. Это явилось результатом динамичного роста объема продаж на условиях консигнационных поставок и по выписке. Показатель превышения числа распространенных над числом проданных открыток улучшился с 36 до 7 процентов, а стоимость рекламных материалов сократилась с 5 процентов в 1993 году до 4 процентов в 1994 году.

#### Регион IV – Тихоокеанский регион, Индия и Пакистан

31. В этом регионе было отмечено увеличение объема продаж открыток с 8,2 миллиона штук в 1993 году до 9,0 миллиона штук в 1994 году и объема валовых поступлений с 3,2 млн. долл. США в 1993 году до 3,7 млн. долл. США в 1994 году. Благодаря увеличению объема валовых поступлений и снижению доли комиссионных и расходов отделений на местах с 37,0 процента в 1993 году до 35,0 процента в 1994 году удалось несколько повысить долю отчислений региона в ЮНИСЕФ – с 24,0 процента в 1993 году до 25,0 процента в 1994 году.

32. В Австралии Австралийский комитет содействия ЮНИСЕФ переживает крупномасштабную структурную перестройку, цель которой заключается в превращении его в более централизованную и более эффективную организацию. В 1994 году получены высокие результаты в осуществлении финансируемой ПСМ корпоративной программы и предполагается, что 1995 год будет столь же успешным. В Комитете дополнительно создана штатная должность заведующего отделом поздравительных открыток, и созданная тем самым возможность сосредоточить усилия на этом направлении позволит Комитету выполнить целевое задание по продаже открыток.

33. Деятельность Новозеландского комитета содействия ЮНИСЕФ стала объектом управленческого обзора, проведенного внешним консультантом, и в настоящее время в Комитете идет процесс осуществления ряда серьезных перемен. Объем валовых поступлений увеличился с 0,2 млн. долл. США в 1993 году до 0,3 млн. долл. США в 1994 году, а объем продаж открыток в 1994 году остался на уровне 0,3 миллиона штук. Новое руководство привержено задаче активизации работы по продаже поздравительных открыток, однако для получения более позитивных результатов ему потребуется по меньшей мере один год.

#### Регион V – Европа

34. Компания 1994 года в этом регионе была успешной: был зарегистрирован рост объема продаж открыток (2,4 млн. штук), валовых поступлений (8,4 млн. долл. США) и прочих поступлений (0,2 млн. долл. США). Расходы на информационно-пропагандистские и рекламные материалы остались неизменными. Доля комиссионных, удерживаемых национальными комитетами, оставалась на уровне 25 процентов или ниже этого уровня. Однако увеличение соотношения числа распространенных и числа проданных открыток на 6,0 процента обусловило сокращение доли отчислений в ЮНИСЕФ в этом регионе с 60 до 58 процентов.

35. В 1994 году валовые поступления в Австрии снизились на 10,5 процента - с 1,9 млн. долл. США в 1993 году до 1,7 млн. долл. США в 1994 году - вследствие сокращения объема продаж на 11,8 процента - с 1,7 млн. открыток в 1993 году до 1,5 млн. открыток в 1994 году. Кроме того, доля отчислений в ЮНИСЕФ упала с 53 процентов в 1993 году до 47 процентов выручки от продаж в 1994 году. Основными причинами такого сокращения были экономический спад и острая конкуренция.

36. Объем продаж в Бельгии остался на прежнем уровне, а объем валовых поступлений в этой стране увеличился на 3,8 процента. Благодаря такому увеличению валовых поступлений в сочетании со значительным сокращением соотношения числа распространенных и числа проданных открыток доля отчислений в ЮНИСЕФ заметно возросла - с 54,0 до 61,0 процента.

37. На объеме продаж в Дании в 1994 году неблагоприятно отразилось негативное освещение в прессе трехнедельной забастовки на складе Отдела снабжения в период предпраздничной рождественской торговли, что привело к необычайно высокому росту соотношения числа распространенных и числа проданных открыток в 1994 году. Это, в свою очередь, привело к уменьшению доли отчислений в ЮНИСЕФ до 56 процентов в 1994 году по сравнению с 57 процентами в предыдущем году. Однако объем валовых поступлений увеличился на 10 процентов, что отчасти обусловлено благоприятным обменным курсом.

38. Благодаря значительному росту продаж прочей продукции, помимо открыток, в Финляндии объем валовых поступлений в 1994 году увеличился на 23,8 процента. Если в стоимостном выражении это привело к увеличению доли отчислений в ЮНИСЕФ, то в процентном отношении к объему валовых поступлений доля отчислений немного сократилась из-за негативных последствий увеличения соотношения числа распространенных и числа проданных открыток.

39. В 1994 году объем валовых поступлений во Франции увеличился на 8,1 процента - с 19,6 млн. долл. США в 1993 году до 21,9 млн. долл. США, при увеличении объема продаж на 2,4 процента - с 16,3 млн. до 16,7 млн. открыток в 1994 году. Доля отчислений в ЮНИСЕФ осталась на уровне 60 процентов выручки от продаж.

40. Германия сохранила за собой лидирующие позиции по числу проданных поздравительных открыток в этом регионе: объем продаж составил 18,9 млн. открыток, а объем валовых поступлений - 24,7 млн. долл. США, что на 2,5 процента больше, чем в 1993 году. Однако на доле отчислений в ЮНИСЕФ неблагоприятным образом сказался необычайно высокий рост соотношения числа распространенных и числа проданных открыток вследствие неудачного проведения ряда пробных кампаний прямых почтовых обращений и менее активного, чем в 1993 году, отклика на материалы, разосланные по списку домашних адресов.

41. В 1994 году объем валовых поступлений в Греции увеличился на 27,3 процента - с 2,2 млн. долл. США в 1993 году до 2,8 млн. долл. США. Это произошло несмотря на падение объема продаж на 6,1 процента - с 3,3 млн. до 3,1 млн. открыток. Однако увеличение соотношения числа распространенных и числа проданных открыток в этой стране негативно отразилось на доле отчислений в ЮНИСЕФ, которая сократилась на 3,0 процента - с 56,0 процента в 1993 году до 53,0 процента в 1994 году.

42. Если объем валовых поступлений и объем продаж открыток в Ирландии остались соответственно на уровне 0,4 млн. долл. США и 0,5 млн. штук, то доля отчислений в ЮНИСЕФ увеличилась в 1994 году до 55 процентов вследствие улучшения соотношения числа распространенных и числа проданных открыток, которое уменьшилось с 14 процентов в 1993 году до 11 процентов в 1994 году.

43. В 1994 году объем валовых поступлений в Италии увеличился на 7,5 процента с 10,5 млн. долл. США в 1993 году до 11,3 млн. долл. США, а объем продаж увеличился на 5,2 процента – с 11,5 млн. до 12,1 млн. открыток в 1994 году. Однако увеличение доли удерживаемых средств с 15,0 до 24,0 процента в 1994 году привело к сокращению доли отчислений в ЮНИСЕФ с 70,0 процента в 1993 году до 59,0 процента в 1994 году.

44. Люксембург продолжает оставаться мировым лидером по подушевому показателю проданных открыток (1,5 открытки на одного человека). Если объем продаж открыток остался на прежнем уровне, то объем поступлений увеличился на 14,3 процента по сравнению с уровнем 1993 года отчасти вследствие повышения цен на 6,0 процента. По уровню цен на открытки Люксембург занимает в настоящее время третье место в Европе и пятое место в мире. Прекрасное соотношение числа распространенных и числа проданных открыток свидетельствует об эффективной работе Комитета.

45. Объем продаж открыток в Нидерландах продолжал уменьшаться: в 1994 году было продано 6,8 млн. открыток – на 4,2 процента меньше, чем в предыдущем периоде. Однако вследствие благоприятных обменных курсов валовые поступления немного возросли – с 7,7 млн. долл. США в 1993 году до 7,8 млн. долл. США в 1994 году. Высокое соотношение числа распространенных и числа проданных открыток, составившее 35 процентов, негативно отразилось на доле отчислений Комитета в ЮНИСЕФ, которая упала с 62,0 процента в 1993 году до 56,0 процента в 1994 году.

46. Объем валовых поступлений в Норвегии увеличился до 1,8 млн. долл. США в 1994 году по сравнению с 1,7 млн. долл. США в 1993 году. Однако доля отчислений в ЮНИСЕФ была ниже уровня 1993 года вследствие увеличения расходов на рекламные материалы и ухудшения соотношения числа распространенных и числа проданных открыток.

47. В 1994 году объем продаж в Польше немного сократился – с 1,7 млн. открыток в 1993 году до 1,6 млн. открыток в 1994 году, а объем валовых поступлений увеличился с 0,6 млн. долл. США в 1993 году до 0,7 млн. долл. США в 1994 году. Стабильное экономическое положение в стране и дальнейшее расширение розничных продаж в сочетании с активным развитием прямых продаж дали удовлетворительные результаты, несмотря на негативные результаты, полученные в области прямых почтовых обращений.

48. Объем продаж открыток в Португалии увеличился до 3,1 млн. штук в 1994 году, что на 14,8 процента больше, чем в предыдущем году. Несмотря на повышение цен на 10 процентов за отчетный период, объем валовых поступлений остался на прежнем уровне – 1,7 млн. долл. США – вследствие обесценения валюты на 13,4 процента в 1993 году. Необычайно высокое соотношение числа распространенных и числа проданных открыток, составившее 19 процентов, негативно отразилось на доле отчислений Комитета в ЮНИСЕФ, которая сократилась с 68,0 процента в 1993 году до 61,0 процента в 1994 году.

49. В 1994 году объем продаж в Словении достиг 1,9 млн. открыток (почти одна открытка на одного человека), а объем валовых поступлений составил 1,2 млн. долл. США. Почти 90 процентов объема продаж пришлось на долю Ассоциации Организации Объединенных Наций, тогда как доля недавно созданного Национального комитета составила 10 процентов.

50. В Испании, несмотря на период острого экономического спада, при темпах инфляции выше среднего уровня и самых высоких уровнях безработицы в Западной Европе, объем продаж открыток увеличился до 17,6 млн. штук, что на 1,4 млн. штук больше, чем в 1993 году, а объем валовых поступлений увеличился до 10,5 млн. долл. США, что на 23,5 процента больше, чем в 1993 году. Это обусловлено главным образом созданием нового канала сбыта при

поддержке со стороны ПСМ. Следует отметить прекрасное соотношение числа распространенных и числа проданных открыток, составившее 0 процентов, что свидетельствует об активной политике Комитета в области использования товарно-материальных запасов. Доля отчислений в ЮНИСЕФ увеличилась с 60 до 61 процента.

51. В условиях медленно растущей экономики и усиливающейся конкуренции объем продаж открыток в Швеции оставался стабильным, а объем валовых поступлений увеличился на 5 процентов по сравнению с 1993 годом. Соотношение числа распространенных и числа проданных открыток несколько улучшилось по сравнению с 1993 годом, однако увеличение понесенных расходов на рекламные материалы сказалось на сокращении доли отчислений в ЮНИСЕФ.

52. Объем валовых поступлений в Швейцарии в 1994 году увеличился на 5,9 процента – с 6,8 млн. долл. США до 7,2 млн. долл. США, при небольшом сокращении объема продаж с 4,0 млн. открыток в 1993 году до 3,9 млн. открыток в 1994 году, или на 2,5 процента. Увеличение соотношения числа распространенных и числа проданных открыток явилось причиной сокращения доли отчислений в ЮНИСЕФ с 68 процентов в 1993 году до 65 процентов в 1994 году.

53. В 1994 году объем валовых поступлений в Турции увеличился с 1,6 млн. долл. США до 1,7 млн. долл. США, при сокращении объема продаж открыток на 28,6 процента (с 4,2 млн. открыток в 1993 году до 3 млн. открыток в 1994 году). Такое увеличение объема валовых поступлений явилось прямым следствием значительного повышения розничных цен и роста продаж прочей продукции, помимо открыток. Однако доля отчислений в ЮНИСЕФ сократилась с 49 процентов в 1993 году до 48 процентов в 1994 году.

54. Благодаря осуществлению ряда инициатив по развитию продаж при поддержке со стороны ПСМ 1994 год оказался успешным для Соединенного Королевства. Объем продаж открыток увеличился на 19 процентов, а объем валовых поступлений – на 23,5 процента. Соотношение числа распространенных и числа проданных открыток и расходы на рекламные материалы заметно сократились, что помогло увеличить долю отчислений в ЮНИСЕФ с 29 процентов в 1993 году до 34 процентов в 1994 году.

#### Приложение I

#### ДОКЛАД О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СТРАНАМ, СВЯЗАННОЙ С ПРОДАЖЕЙ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК И СМЕЖНОЙ ПРОДУКЦИИ

Таблица 1

Количество проданных открыток и валовые поступления от сбыта всей продукции с разбивкой по регионам и основным рынкам в 1994 году по сравнению с 1993 годом

		1994 год					1993 год					 United Kingdom
		Продано открыток (тыс. шт.)	Валовые поступления (в тыс. долл. США)	Процент от общего объема поступлений	Валовые поступления в расчете на 1000 жителей	Продано открыток в расчете на 1000 жителей	Продано открыток (тыс. шт.)	Валовые поступления (в тыс. долл. США)	Процент от общего объема поступлений	Валовые поступления в расчете на 1000 жителей	Продано открыток в расчете на 1000 жителей	

Северная Америка – район I													
Канада	4 941	4 159	2,7	147,93	176	5 188	4 454	3,2	158,41	185	(247)	(295)	28,1
Соединенные Штаты Америки	9 050	10 194	6,6	39,10	35	8 666	8 649	6,3	33,17	33	384	1 545	260,7
Итого: Северная Америка	13 991	14 353	9,3	–	–	13 854	13 103	9,5	–	–	137	1 250	
Латинская Америка – район II													
Аргентина	1 070	925	0,6	27,28	32	705	581	0,4	17,14	21	365	344	33,9
Бразилия	5 563	5 128	3,3	32,30	35	5 152	3 015	2,2	19,00	32	411	2 113	158,7
Чили	143	119	0,1	8,53	10	189	138	0,1	9,88	14	(45)	(19)	14,0
Колумбия	1 295	977	0,6	27,46	36	1 271	869	0,6	24,42	36	25	108	35,6
Эквадор	521	411	0,3	38,49	49	457	355	0,3	33,24	43	64	56	10,7
Мексика	614	868	0,6	9,41	7	524	893	0,6	9,69	6	90	(25)	92,2
Перу	666	551	0,4	23,30	28	583	446	0,3	18,88	25	83	105	23,7
Уругвай	432	332	0,2	103,78	135	438	328	0,2	102,66	137	(6)	4	3,2
Венесуэла	152	125	0,1	6,08	7	164	171	0,1	8,32	8	(12)	(46)	20,6
Другие страны	1 163	1 078	0,7	–	–	1 099	908	0,7	–	–	64	170	
Итого: Латинская Америка	11 619	10 514	6,8	–	–	10 581	7 706	5,6	–	–	1 038	2 808	

Аэри - релин III													
Гонконг	878	569	0,4	95,92	148	830	518	0,4	87,24	140	48	51	5,9
Индия	766	417	0,3	2,08	4	806	410	0,3	2,05	4	(40)	7	200,4
Япония	6 123	7 495	4,9	59,91	49	6 508	6 629	4,8	52,98	52	(385)	866	125,1
Филиппины	562	365	0,2	5,23	8	471	274	0,2	3,93	7	91	91	69,8
Республика Корея	615	648	0,4	14,37	14	435	419	0,3	9,30	10	180	229	45,1
Тайвань	406	286	0,2	4,81	7	322	202	0,1	3,40	5	84	84	59,5
Другие страны	1 201	1 095	0,7	-	-	1 112	941	0,7	-	-	89	154	
Итого: Аэри	10 551	10 875	7,1	-	-	10 484	9 393	6,8	-	-	67	1 482	
Район Тихого океана, Индия и Пакистан – район IV													
Австралия	1 856	1 585	1,0	87,68	103	1 667	1 388	1,0	76,76	92	189	197	18,1
Индия	6 064	1 548	1,0	1,68	7	5 585	1 358	1,0	1,48	6	479	190	919,9
Новая Зеландия	330	306	0,2	90,29	97	264	226	0,2	66,61	78	67	80	3,4
Пакистан	690	233	0,2	1,81	5	653	216	0,2	1,67	5	37	17	128,9
Другие страны	40	25	0,0	-	-	32	20	0,0	-	-	8	5	
Итого: Район Тихого океана, Индия и Пакистан	8 980	3 697	2,4	-	-	8 201	3 207	2,3	-	-	780	490	
Европа – релин V													
Австрия	1 506	1 684	1,1	211,69	189	1 659	1 890	1,4	237,56	209	(153)	(206)	8,0
Бельгия	2 311	2 696	1,8	267,91	230	2 323	2 626	1,9	260,96	231	(12)	70	10,1
Чешская Республика	356	137	0,1	13,16	34	270	76	0,1	7,30	26	86	61	10,4
Дания	1 826	2 155	1,4	415,38	352	1 865	2 020	1,5	389,36	359	(39)	135	5,2
Финляндия	1 774	2 561	1,7	505,23	350	1 811	2 060	1,5	406,44	357	(37)	501	5,1
Франция	16 735	21 165	13,8	365,92	289	16 336	19 574	14,2	338,42	282	399	1 591	57,8
Германия	18 910	24 749	16,1	305,21	233	18 405	24 084	17,4	297,01	227	505	665	81,1
Греция	3 108	2 834	1,8	268,24	294	3 275	2 224	1,6	210,51	310	(167)	610	10,6
Италия	471	426	0,3	120,37	133	477	402	0,3	113,67	135	(6)	24	3,5
Испания	12 079	11 290	7,3	194,19	208	11 507	10 490	7,6	180,43	198	572	800	58,1
Люксембург	564	760	0,5	1 890,55	1 403	565	719	0,5	1 788,45	1 406	(1)	41	0,4
Нидерланды	6 828	7 757	5,0	504,75	444	7 120	7 677	5,6	499,53	463	(292)	80	15,4
Норвегия	1 816	1 836	1,2	425,49	421	1 892	1 737	1,3	402,65	438	(76)	99	4,3
Польша	1 603	676	0,4	17,49	41	1 697	609	0,4	15,74	44	(94)	67	38,7
Португалия	3 097	1 726	1,1	164,01	294	2 750	1 682	1,2	159,83	261	347	44	10,5
Испания	17 647	10 510	6,8	267,41	449	16 235	8 476	6,1	215,65	413	1 412	2 034	39,3
Швейцария	2 251	2 050	1,3	233,54	256	2 271	1 957	1,4	222,94	259	(20)	93	8,8

<b>Швейцария</b>	3 856	7 235	4,7	1 027,70	548	3 969	6 837	5,0	971,14	564	(113)	398	7,0
<b>Туризм</b>	3 003	1 710	1,1	27,51	48	4 182	1 647	1,2	26,51	67	(1 179)	63	62,2
<b>Соединенное Королевство</b>	2 462	2 078	1,4	35,74	42	2 150	1 727	1,3	29,70	37	312	351	58,1
<b>Словения</b>	1 941	1 187	0,8	601,93	984	1 535	826	0,6	418,74	778	406	361	2,0
<b>Другие страны</b>	3 866	1 774	1,2	-	-	3 314	1 248	0,9	-	-	552	526	
<b>Итого: Европа</b>	108 010	108 996	71,0	-	-	105 606	100 588	72,8	-	-	2 404	8 408	
<b>Африка и Ближний Восток - регион VII</b>	4 759	5 184	3,4	-	-	4 945	4 097	3,0	-	-	(186)	1 087	
<b>БСЕГО</b>	157 910	153 619	100,0	-	-	153 671	138 093	100,0	-	-	4 239	15 526	

Приложение!

Таблица 2

Результаты деятельности по странам в 1990-1994 годы  
Показатели деятельности (в III-1-III-8) а/

	III.1 Объем проектов сырьевых (в млн.долл.)				III.2 Выполнение (в млн.долл.США)				III.3 Прогресс выполнения (в млн.долл.США)				III.4 Комплексные расходы операций на местах (в процентах от наименьшего показателя)					
	1990 год	1991 год	1992 год	1993 год	1990 год	1991 год	1992 год	1993 год	1990 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1990 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год
Северная Америка - район I	6,1	5,6	5,4	5,2	4,9	5,3	5,2	4,9	4,5	4,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Канада	12,2	9,5	9,1	8,7	9,1	10,1	8,1	8,4	8,6	10,2	0,5	0,0	0,5	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3
Северные Штаты Америки	18,3	15,1	14,5	13,9	14,0	15,4	13,3	13,3	13,1	14,4	0,6	0,1	0,6	0,3	0,4	0,2	0,3	0,4
Латинская Америка - район III	0,6	0,7	0,6	0,7	1,1	0,4	0,5	0,5	0,6	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Аргентина	5,0	4,7	4,2	5,2	5,6	2,3	3,0	3,5	3,0	5,1	0,2	0,3	0,6	0,9	0,5	40	32	34
Бразилия	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	53	43	56
Чили	1,1	1,2	1,3	1,3	1,3	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	34	36	40
Колумбия	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26	30	32
Эквадор	0,5	0,7	0,5	0,5	0,6	0,7	0,9	1,0	0,9	0,9	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	43	46	46
Мексика	0,5	0,4	0,5	0,6	0,6	0,3	0,3	0,4	0,4	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	23	23	23
Перу	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	23	27	18
Уругвай	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	30	25	25
Венесуэла	0,9	1,0	1,1	1,2	0,6	0,7	0,8	0,9	1,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	17	21	18	20
Остальные страны Латинской Америки	9,8	9,9	9,3	10,6	11,6	5,6	6,9	7,8	7,7	10,5	0,2	0,3	0,7	1,0	0,5	34	32	34
Азия - район III	0,5	0,6	0,8	0,8	0,9	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,0	0,6	0,1	0,1	0,1	25	25	25
Бангладеш	0,4	0,5	0,7	0,8	0,8	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	24	40	26
Индия	4,2	5,9	6,2	6,5	6,1	3,5	4,5	5,4	6,6	7,5	1,5	1,6	1,8	2,5	3,0	25	25	25
Япония	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16	24	26
Филиппины	0,4	0,3	0,6	0,4	0,6	0,2	0,2	0,4	0,4	0,6	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	68	103	57
Республика Корея	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	42	64	42
Тайвань	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	0,6	0,6	0,8	0,9	1,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	20	31	24
Остальные страны Азии	6,8	8,8	10,0	10,5	10,6	5,1	6,3	7,9	9,4	10,9	1,5	2,2	2,1	2,8	3,3	26	30	27
Индия: Азия																		
Район Тихоокеанский, Индия и Пакистан - район IV	2,3	2,1	2,0	1,7	1,9	1,7	1,7	1,6	1,4	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26	20	24
Африки	6,2	6,3	4,7	5,6	6,1	1,9	1,4	1,3	1,4	1,5	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	23	22	33
Индия	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22	22	22
Новая Зеландия	0,5	0,5	0,6	0,7	0,7	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	35	47	31
Пакистан																		
Индия: район Тихоокеанский, Индия и Пакистан	9,4	9,3	7,6	8,2	9,0	4,1	3,6	3,4	3,2	3,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	24	22	32

а/ Объяснение показателей деятельности дается в пункте 3 приложения.

	III.1 Объем проектов сырьевых (в млн.долл.)				III.2 Выполнение (в млн.долл.США)				III.3 Прогресс выполнения (в млн.долл.США)				III.4 Комплексные расходы операций на местах (в процентах от наименьшего показателя)					
	1990 год	1991 год	1992 год	1993 год	1990 год	1991 год	1992 год	1993 год	1990 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1990 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год
Северная Америка - район I	6,1	5,6	5,4	5,2	4,9	5,3	5,2	4,9	4,5	4,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Канада	12,2	9,5	9,1	8,7	9,1	10,1	8,1	8,4	8,6	10,2	0,5	0,0	0,5	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3
Северные Штаты Америки	18,3	15,1	14,5	13,9	14,0	15,4	13,3	13,3	13,1	14,4	0,6	0,1	0,6	0,3	0,4	0,27	0,32	0,27
Латинская Америка - район III	0,6	0,7	0,6	0,7	1,1	0,4	0,5	0,5	0,6	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Аргентина	5,0	4,7	4,2	5,2	5,6	2,3	3,0	3,5	3,0	5,1	0,2	0,3	0,6	0,9	0,5	40	32	34
Бразилия	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	53	43	56
Чили	1,1	1,2	1,3	1,3	1,3	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	34	36	34
Колумбия	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26	30	20
Эквадор	0,5	0,7	0,5	0,5	0,6	0,7	0,9	1,0	0,9	0,9	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	43	46	39
Мексика	0,5	0,4	0,5	0,6	0,6	0,3	0,3	0,4	0,4	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	23	23	23
Перу	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	23	27	18
Уругвай	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	30	25	26
Венесуэла	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	29	29	29
Остальные страны Латинской Америки	0,9	1,0	1,1	1,2	0,6	0,7	0,8	0,9	1,1	1,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	17	21	18
Индия: Латинская Америка	9,8	9,9	9,3	10,6	11,6	5,6	6,9	7,8	7,7	10,5	0,2	0,3	0,7	1,0	0,5	34	32	34
Азия - район III	0,5	0,6	0,8	0,8	0,9	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,0	0,6	0,1	0,1	0,1	25	25	25
Бангладеш	0,4	0,5	0,7	0,8	0,8	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	24	40	24
Индия	4,2	5,9	6,2	6,5	6,1	3,5	4,5	5,4	6,6	7,5	1,5	1,6	1,8	2,5	3,0	25	25	25
Япония	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16	24	26
Филиппины	0,4	0,3	0,6	0,4	0,6	0,2	0,2	0,2	0,4	0,4	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	68	103	57
Республика Корея	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	42	64	42
Тайвань	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	0,6	0,6	0,8	0,9	1,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	20	31	24
Остальные страны Азии	6,8	8,8	10,0	10,5	10,6	5,1	6,3	7,9	9,4	10,9	1,5	2,2	2,1	2,8	3,3	26	30	27
Индия: Азия																		
Район Тихоокеанский - район IV	2,3	2,1	2,0	1,7	1,9	1,7	1,7	1,6	1,4	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26	20	24
Африки	6,2	6,3	4,7	5,6	6,1	1,9	1,4	1,3	1,4	1,5	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	23	22	33
Индия	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22	22	22
Новая Зеландия	0,5	0,5	0,6	0,7	0,7	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	35	47	31
Пакистан																		
Индия: район Тихоокеанский и Пакистан	9,4	9,3	7,6	8,2	9,0	4,1	3,6	3,4	3,2	3,								

	III.4 Командуване/расходи оплічні на маск (в проценці стартових постійних)											
	1990 год			1991 год			1992 год			1993 год		
Едіто - ринок V												
Азербайджан	1,7	1,8	1,6	1,7	1,5	1,7	1,8	1,9	1,9	1,7	0,0	0,0
Бенін	2,8	2,3	2,5	2,3	2,3	2,8	2,6	3,0	2,6	2,7	0,0	0,0
Чадська Республіка	-	-	0,3	0,4	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Демократична Республіка Конго	2,0	2,0	2,0	1,9	1,8	2,1	2,0	2,4	2,0	2,2	0,0	0,0
Фінляндія	2,7	2,0	2,0	1,8	1,8	4,1	3,0	2,7	2,1	2,6	0,2	0,1
Франція	14,2	15,4	16,6	16,3	16,7	15,7	16,1	21,5	19,6	21,2	0,4	0,3
Греція	16,9	17,0	17,9	18,4	18,9	19,5	19,2	24,1	24,1	24,7	0,4	0,1
Італія	2,6	3,3	4,0	3,3	3,1	1,8	2,4	3,3	2,2	2,8	0,2	0,3
Іран	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,0	0,0
Іспанія	8,8	10,2	10,3	11,5	12,1	10,7	13,8	13,6	10,5	11,3	0,8	0,9
Італія	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,7	0,8	0,0	0,0
Люксембург	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,7	0,8	0,0	0,0
Нідерланди	8,0	7,2	7,2	7,1	6,8	7,5	7,2	8,0	7,7	7,8	0,4	0,4
Норвегія	2,0	2,1	1,9	1,9	1,8	1,8	1,9	2,1	1,7	1,8	0,0	0,0
Польща	0,8	1,8	0,9	1,7	1,6	0,1	0,3	0,2	0,6	0,7	0,0	0,0
Португалія	2,1	2,6	2,6	2,7	3,1	1,0	1,4	1,8	1,7	1,7	0,0	0,0
Іспанія	15,0	16,0	15,8	16,2	17,6	8,4	9,0	11,0	8,5	10,5	0,1	0,1
Італія	3,4	2,8	2,3	2,3	2,3	3,3	2,7	2,9	2,0	2,1	0,2	0,0
Швейцарія	4,6	4,6	4,3	4,0	3,9	6,9	7,4	7,8	6,8	7,2	0,4	0,3
Угорщина	4,1	4,2	4,2	4,2	3,0	1,4	1,8	1,7	1,6	1,7	0,0	0,0
Сербія і Чорногорія	2,3	2,6	2,3	2,1	2,5	1,6	2,1	2,2	1,7	2,1	0,0	0,0
Словенія	-	-	-	1,5	1,9	-	-	0,8	1,2	-	-	-
Другі країни	9,6	5,1	4,4	3,3	3,8	7,7	2,2	2,2	1,3	1,8	0,0	0,0
Итого: Едіто	104,6	104,0	103,9	105,6	108,0	99,1	97,9	113,6	100,6	109,0	3,1	2,7
Африка та Близький Схід -	5,1	4,4	4,8	4,9	4,7	5,6	5,3	5,0	4,1	5,2	0,1	0,0
Інші VI	154,0	151,5	150,1	153,7	157,9	134,9	133,3	151,0	138,1	153,6	5,5	5,3
ВСНО											25	25
Східна Америка - район I											25	25
Канада	.	94	.	97	90	16	14	1	22	28	5	6
Східніше Північної Америки	.	.	.	.	.	40	57	38	79	76	9	9
Итого: Східна Америка	-	-	-	-	-	32	42	24	58	59	8	8
Південна Америка - район III											48	48
Аргентина	80	71	73	88	84	26	0	21	36	0	1	2
Бразилія	72	71	53	.	.	19	9	23	10	0	3	2
Чили	68	64	67	64	64	0	17	98	0	0	4	3
Колумбія	80	71	67	74	77	0	0	0	18	15	1	3
Екваторіальна Гвіана	80	71	73	83	71	0	0	8	0	40	2	1
Мексика	68	64	67	82	82	0	0	7	0	0	1	1
Перу	80	71	73	73	92	0	5	5	0	0	3	3
Уругвай	80	71	73	83	71	0	0	1	14	89	3	1
Венесуела	-	-	-	-	-	2	2	0	18	12	2	2
Останніє країни Латинської Америки	-	-	-	-	-	9	1	15	14	0	2	2
Итого: Латинська Америка	-	-	-	-	-	34	47	47	49	51	2	2

	III.2 Витрата постачання (в мільйонів \$ США)											
	1990 год			1991 год			1992 год			1993 год		
Едіто - ринок V												
Азербайджан	1,7	1,8	1,6	1,7	1,5	1,7	1,8	1,9	1,9	1,7	0,0	0,0
Бенін	2,8	2,3	2,5	2,3	2,3	2,8	2,6	3,0	2,6	2,7	0,0	0,0
Чадська Республіка	-	-	0,3	0,4	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	-	-
Демократична Республіка Конго	2,0	2,0	2,0	1,9	1,8	2,1	2,0	2,4	2,0	2,2	0,0	0,0
Фінляндія	2,7	2,0	2,0	1,8	1,8	4,1	3,0	2,7	2,1	2,6	0,2	0,1
Франція	14,2	15,4	16,6	16,3	16,7	15,7	16,1	21,5	19,6	21,2	0,4	0,3
Греція	16,9	17,0	17,9	18,4	18,9	19,5	19,2	24,1	24,1	24,7	0,4	0,1
Італія	2,6	3,3	4,0	3,3	3,1	1,8	2,4	3,3	2,2	2,8	0,2	0,3
Іран	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,0	0,0
Іспанія	8,8	10,2	10,3	11,5	12,1	10,7	13,8	13,6	10,5	11,3	0,8	0,9
Італія	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,7	0,8	0,0	0,0
Люксембург	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,7	0,8	0,0	0,0
Нідерланди	8,0	7,2	7,2	7,1	6,8	7,5	7,2	8,0	7,7	7,8	0,4	0,4
Норвегія	2,0	2,1	1,9	1,9	1,8	1,8	1,9	2,1	1,7	1,8	0,0	0,0
Польща	0,8	1,8	0,9	1,7	1,6	0,1	0,3	0,2	0,6	0,7	0,0	0,0
Португалія	2,1	2,6	2,6	2,7	3,1	1,0	1,4	1,8	1,7	1,7	0,0	0,0
Іспанія	15,0	16,0	15,8	16,2	17,6	8,4	9,0	11,0	8,5	10,5	0,1	0,1
Італія	3,4	2,8	2,3	2,3	2,3	3,3	2,7	2,9	2,0	2,1	0,2	0,0
Швейцарія	4,6	4,6	4,3	4,0	3,9	6,9	7,4	7,8	6,8	7,2	0,4	0,3
Угорщина	4,1	4,2	4,2	4,2	3,0	1,4	1,8	1,7	1,6	1,7	0,0	0,0
Сербія і Чорногорія	2,3	2,6	2,3	2,1	2,5	1,6	2,1	2,2	1,7	2,1	0,0	0,0
Словенія	-	-	-	1,5	1,9	-	-	0,8	1,2	-	-	-
Другі країни	9,6	5,1	4,4	3,3	3,8	7,7	2,2	2,2	1,3	1,8	0,0	0,2
Итого: Едіто	104,6	104,0	103,9	105,6	108,0	99,1	97,9	113,6	100,6	109,0	3,1	2,7
Африка та Близький Схід -	5,1	4,4	4,8	4,9	4,7	5,6	5,3	5,0	4,1	5,2	0,1	0,0
Інші VI	154,0	151,5	150,1	153,7	157,9	134,9	133,3	151,0	138,1	153,6	5,5	5,3
ВСНО											25	25
Східна Америка - район I											25	25
Канада	.	94	.	97	90	16	14	1	22	28	5	6
Східніше Північної Америки	.	.	.	.	.	40	57	38	79	76	9	10
Итого: Східна Америка	-	-	-	-	-	32	42	24	58	59	8	9
Південна Америка - район III											48	48
Аргентина	80	71	73	88	84	26	0	21	36	0	1	2
Бразилія	72	71	53	.	.	19	9	23	10	0	3	2
Чили	68	64	67	64	64	0	17	98	0	0	4	3
Колумбія	80	71	67	74	77	0	0	0	18	15	1	3
Зендроп	80	71	73	83	71	0	0	8	0	40	2	1
Мексика	68	64	67	82	82	0	0	7	0	0	1	1
Перу	80	71	73	73	92	0	5	5	0	0	3	1
Уругвай	80	71	73	83	71	0	0	1	14	89	3	1
Венесуела	-	-	-	-	-	2	2	0	18	12	2	2
Останніє країни Латинської Америки	-	-	-	-	-	9	1	15	14	0	2	2
Итого: Латинська Америка	-	-	-	-	-	9	1	15	14	0	2	2

Світова Америка - район I	94	.	97	90	16	14	1	22	28	5	6	8
Канада	.	.	.	.	40	57	38	70	18	9	10	8
Східніше Північної Америки	.	.	.	.	32	42	24	58	59	8	8	9
Итого: Східна Америка	-	-	-	-	2	2	0	1	1	1	1	1
Південна Америка - район III												
Аргентина	80	71	73	88	84	26	0	21	36	0	1	2
Бразилія	72	71	53	.	.	19	9	23	10	0	3	2
Чили	68	64	67	64	64	0	17	98				

	III.4 Коммюните/расходи от източници на маски (в проценки от вкупни постъпimenti)											
	1990 год.			1991 год.			1992 год.			1993 год.		
Азия - ринг III	84	79	73	79	78	0	0	5	0	2	10	5
Гонконг	80	71	67	64	61	0	0	0	2	5	5	8
Индия	.	.	.	.	.	0	0	0	0	0	2	2
Япония	76	68	67	73	79	0	0	0	0	0	6	2
Филипини	96	86	80	.	.	0	0	0	0	0	6	2
Република Корея	76	68	67	69	70	0	0	0	0	0	7	5
Тайванъц	-	-	-	-	-	0	4	0	18	13	5	3
Останъците Азии	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	6	5
Итого: Азия	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	3	3
Един Глобален Азиатски - район IV	.	94	.	90	97	8	11	15	0	0	5	5
Азербайджан	56	50	33	30	28	7	37	0	0	14	1	1
Индия	.	94	.	.	.	0	13	25	30	23	9	8
Нова Зеландия	60	54	53	41	39	0	0	0	0	51	0	8
Пакистан	-	-	-	-	-	5	26	0	2	7	4	4
Итого: Ринг Трето океана, Индия и Пакистан	-	-	-	-	-	5	26	0	2	7	4	4
Европа - ринг V	.	.	.	.	.	13	13	21	19	27	12	10
Азербайджан	.	.	.	.	.	37	42	12	21	12	5	5
Беларусь	-	-	-	-	-	33	-	-	1	21	-	-
Чешка Република	.	.	.	.	.	10	6	6	7	22	6	3
Дания	.	.	.	.	.	31	48	20	32	38	4	6
Финландия	.	.	.	.	.	31	26	24	23	22	3	3
Франция	.	.	.	.	.	98	78	82	75	79	0	19
Германия	.	.	.	.	.	64	87	93	99	91	0	0
Греция	.	.	.	.	.	93	.	.	87	86	0	0
Ирландия	.	.	.	.	.	20	49	44	44	33	0	0
Италия	.	.	.	.	.	61	67	85	66	71	60	0
Локосебул	.	.	.	.	.	54	9	15	23	29	0	0
Нидерланди	.	.	.	.	.	77	90	96	81	77	0	0
Норвегия	.	.	.	.	.	61	.	.	.	.	98	14
Полша	14	9	15	23	29	0	0	1	0	0	0	0
Португалия	54	67	.	.	.	195	0	(80)	0	25	17	12
Испания	.	.	.	.	.	17	14	12	7	14	25	0
Пакистан	.	.	.	.	.	17	11	24	29	31	4	4
Пакистан	.	.	.	.	.	20	49	44	44	33	0	0
Тунис	.	.	.	.	.	77	90	96	81	77	0	0
Сердикане Кралство	-	-	-	-	-	70	-	-	0	0	-	-
Словакия	.	.	.	.	.	0	6	0	5	32	1	1
Други страни	.	.	.	.	.	10	11	9	11	17	3	3
Итого: Европа	-	-	-	-	-	10	11	9	11	17	61	61
Африка и Близкият Восток - район VI	.	.	.	.	.	0	0	0	0	0	2	2
ВСНО	-	-	-	-	-	10	11	7	12	17	3	3

	III.3 Прочие постъпвания (в млн. долара СПА)											
	1990 год.			1991 год.			1992 год.			1993 год.		
Азия - ринг III	84	79	73	79	78	0	0	5	0	2	10	5
Гонконг	80	71	67	64	61	0	0	0	2	5	5	8
Индия	.	.	.	.	.	0	0	0	0	0	1	1
Япония	76	68	67	73	79	0	0	0	0	0	6	2
Филипини	96	86	80	.	.	0	0	0	0	0	6	2
Република Корея	76	68	67	69	70	0	0	0	0	0	7	5
Тайванъц	-	-	-	-	-	0	4	0	18	13	6	5
Останъците Азии	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	6	5
Итого: Азия	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	3	3
Един Глобален Азиатски - район IV	.	94	.	90	97	8	11	15	0	0	5	5
Азербайджан	56	50	33	30	28	7	37	0	0	14	1	1
Индия	.	94	.	.	.	0	13	25	30	23	9	8
Нова Зеландия	60	54	53	41	39	0	0	0	0	51	0	8
Пакистан	-	-	-	-	-	5	26	0	2	7	4	4
Итого: Ринг Трето океана, Индия и Пакистан	-	-	-	-	-	5	26	0	2	7	4	4
Европа - ринг V	.	.	.	.	.	13	13	21	19	27	12	10
Азербайджан	.	.	.	.	.	37	42	12	21	12	5	5
Беларусь	-	-	-	-	-	33	-	-	1	21	-	-
Чешка Република	.	.	.	.	.	10	6	6	7	22	6	3
Дания	.	.	.	.	.	31	48	20	32	38	4	6
Финландия	.	.	.	.	.	31	26	24	23	22	3	3
Франция	.	.	.	.	.	98	78	82	75	79	0	19
Германия	.	.	.	.	.	64	87	93	99	91	0	0
Греция	.	.	.	.	.	93	.	.	87	86	0	0
Ирландия	.	.	.	.	.	20	49	44	44	33	0	0
Италия	.	.	.	.	.	61	67	85	66	71	60	0
Локосебул	.	.	.	.	.	54	9	15	23	29	0	0
Нидерланди	.	.	.	.	.	77	90	96	81	77	0	0
Норвегия	.	.	.	.	.	61	.	.	.	98	14	0
Полша	14	9	15	23	29	0	0	1	0	0	0	0
Португалия	54	67	.	.	.	195	0	(80)	0	25	17	12
Испания	.	.	.	.	.	17	14	12	7	14	25	0
Пакистан	.	.	.	.	.	17	11	24	29	31	4	4
Пакистан	.	.	.	.	.	20	49	44	44	33	0	0
Тунис	.	.	.	.	.	77	90	96	81	77	0	0
Сердикане Кралство	-	-	-	-	-	70	-	-	0	0	-	-
Словакия	.	.	.	.	.	0	6	0	5	32	1	1
Други страни	.	.	.	.	.	10	11	9	11	17	3	3
Итого: Европа	-	-	-	-	-	10	11	9	11	17	61	61
Африка и Близкият Восток - район VI	.	.	.	.	.	0	0	0	0	0	2	2
ВСНО	-	-	-	-	-	10	11	7	12	17	3	3

	III.1 Общ прометък спътник (в млн. долари СПА)											
	1990 год.			1991 год.			1992 год.			1993 год.		
Азия - ринг III	84	79	73	79	78	0	0	5	0	2	10	5
Гонконг	80	71	67	64	61	0	0	0	2	5	5	8
Индия	.	.	.	.	.	0	0	0	0	0	1	1
Япония	76	68	67	73	79	0	0	0	0	0	6	2
Филипини	96	86	80	.	.	0	0	0	0	0	6	2
Република Корея	76	68	67	69	70	0	0	0	0	0	7	5
Тайванъц	-	-	-	-	-	0	4	0	18	13	6	5
Останъците Азии	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	6	5
Итого: Азия	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	3	3
Един Глобален Азиатски - район IV	.	94	.	90	97	8	11	15	0	0	5	5
Азербайджан	56	50	33	30	28	7	37	0	0	14	1	1
Индия	.	94	.	.	.	0	13	25	30	23	9	8
Нова Зеландия	60	54	53	41	39	0	0	0	0	51	0	8
Пакистан	-	-	-	-	-	5	26	0	2	7	4	4
Итого: Ринг Трето океана, Индия и Пакистан	-	-	-	-	-	5	26	0	2	7	4	4
Европа - ринг V	.	.	.	.	.	13	13	21	19	27	12	10
Азербайджан	.	.	.	.	.	37	42	12	21	12	5	5
Беларусь	-	-	-	-	-	33	-	-	1	21	-	-
Чешка Република	.	.	.	.	.	10	6	6	7	22	6	3
Дания	.	.	.	.	.	31	48	20	32	38	4	6
Финландия	.	.	.	.	.	31	26	24	23	22	3	3
Франция	.	.	.	.	.	98	78	82	75	79	0	19
Германия	.	.	.	.	.	64	87	93	99	91	0	0
Греция	.	.	.	.	.	93	.	.	87	86	0	0
Ирландия	.	.	.	.	.	20	49	44	44	33	0	0
Италия	.	.	.	.	.	61	67	85	66	71	60	0
Локосебул	.	.	.	.	.	54	9	15	23	29	0	0
Нидерланди	.	.	.	.	.	77	90	96	81	77	0	0
Норвегия	.	.	.	.	.	61	.	.	98	14	0	0
Полша	14	9	15	23	29	0	0	1</td				



Приложение II

ЧИСТЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ ОТ СБОРА СРЕДСТВ В ЧАСТНОМ СЕКТОРЕ В 1994 ГОДУ ПО СРАВНЕНИЮ С 1993 ГОДОМ  
(в долл. США)

	1994 год			1993 год			Разница		
	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого
<u>Национальные комитеты</u>									
Австралия	975 036	975 036	478 938	130 496	609 434	(478 938)	844 539	0	365 602
Австрия	513 814	513 814	0	0	0	0	513 814	0	513 814
Бельгия	4 452 454	4 452 454	671 875	671 875	3 780 579	3 780 579	0	0	3 780 579
Кипр	24 793	24 793	0	0	24 793	24 793	0	0	24 793
Дания	275 414	275 414	156 172	185 967	342 139	119 242	(185 967)	(185 967)	(66 725)
Финляндия	309 568	1 627 806	1 937 373	20 470	1 227 983	1 248 453	289 098	399 823	688 920
Франция	15 061 920	2 266 802	17 328 723	14 199 738	14 199 738	862 182	2 266 802	3 128 985	3 128 985
Германия	20 034 036	20 078 794	40 112 880	9 613 211	6 408 807	16 022 018	10 420 875	13 669 987	24 090 862
Греция	884 998	345 566	1 230 565	578 861	9 826	588 687	306 137	335 740	641 878
Гонконг	1 824 076	1 846 962	3 671 038	1 481 697	747 061	2 228 758	342 379	1 099 901	1 442 280
Венгрия	128 195	243 195	0	31 485	31 485	(31 485)	0	0	(31 485)
Ирландия	24 953	24 953	371 390	0	128 195	243 195	243 195	243 195	371 390
Израиль	10 425 343	3 565 159	13 990 503	9 843 251	1 057 364	10 900 615	0	0	24 953
Италия	20 837 943	10 087 140	30 925 083	15 810 649	6 984 597	22 795 246	582 092	2 507 795	3 089 887
Япония	274 079	24 221	298 300	226 764	141 838	368 602	5 027 294	3 102 543	8 129 837
Люксембург	1 472 866	40 164 330	41 637 196	105 289	3 242 144	47 315	(117 617)	(117 617)	(70 302)
Нидерланды	11 475	124 165	135 640	10 337	62 432	167 721	1 472 866	36 922 186	38 395 052
Новая Зеландия	9 571	766	10 337	22 376	51 160	73 536	(93 813)	61 733	(32 081)
Норвегия	124 718	104 953	229 671	151 104	27 0086	421 190	(12 805)	(50 394)	(63 199)
Португалия	2 357 849	585 630	2 943 479	1 526 837	462 515	1 989 352	(26 386)	(165 133)	(191 519)
Республика Корея	4 521	4 521	397	397	397	397	831 012	123 115	954 127
Словакия	933 000	933 000	0	0	0	0	0	4 521	4 124
Испания	87 156	774 590	861 746	17 650	186 588	204 238	69 506	588 002	933 000
Швеция	5 379 002	4 875 816	10 254 818	4 072 529	3 799 154	7 871 683	1 306 473	1 076 662	657 508
Швейцария	10 218	5 878	16 096	9 883	9 883	335	335	5 878	2 383 135
Турция									6 213
Соединенные Штаты	6 953 032	6 953 032	149 254	4 591 200	4 740 454	(149 254)	2 361 832	2 212 578	
Королевство Соединенные Штаты	11 277 375	11 277 375	8 885 335	8 885 335	0	0	2 392 040	2 392 040	
	84 010 677	107 378 551	191 389 228	59 168 429	38 444 553	97 612 982	24 842 248	68 933 998	93 776 246

Отделения на местах	1994 год			1993 год			Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Увеличение (уменьшение)	Разница
	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого								
Аргентина	1 512 024	1 512 024	441 806	441 806	0	0				1 070 218			1 070 218	
Бермудские острова	44 017	8 915 347	8 959 364	114	1 082 064	1 082 064	(114)	44 017	44 017	0	(114)	0	0	(114)
Бразилия	2 256	359	2 256	359	0	0				2 256			2 256	
Буркина-Фасо										0			0	
Колумбия										359			359	
Кипр										(16 795)			(16 795)	
Эквадор	19 854	78 378	98 232	846	16 795	16 795	16 795	16 795	16 795	0	0	0	0	
Гвинея	512		512		15 242	15 242	16 088	16 088	16 088	19 007	19 007	63 136	63 136	
Гаити				0	0	0				0			0	
Малайзия				0	184	184				184			184	
Мадагаскар				0	10 268	10 268				10 268			10 268	
Мексика	186 659		11 220	11 220	783	783				783			11 220	
Перу	10 359		186 659	10 359	427 748	427 748				427 748			(427 748)	
Сингапур	4 677	31 728	36 405	7 679	67 438	67 438				186 659			(241 089)	
Тайланд	6 403	26 092	32 495	0	1 669	1 669				0			0	
Тринидад и Тобаго				0						(1 669)			(1 669)	
Турция										0			0	
Венесуэла	20 310	15 877	36 187	4 092			4 092			16 218			15 877	
Чистые поступления -	285 047	10 601 024	10 886 072	42 431	2 034 298	2 076 729				242 616			8 809 342	
всего	84 295 724	117 979 575	202 275 300	59 210 860	40 478 851 а/	99 689 712 а/				25 084 864			77 500 724	
													102 585 588	

а/ Исключая подарки натурой на суммы 185 млн. долл. США и 17,6 млн. долл. США в 1994 и 1993 годах соответственно